

**GENERADORES DE VALOR DE LAS GRANDES, MEDIANAS Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR TIC EN LA CIUDAD DE CALI DURANTE LOS AÑOS
2010 A 2012.**

LAURA ALEJANDRA MONCADA ORTIZ

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA ECONOMIA
PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI
2014**

**GENERADORES DE VALOR DE LAS GRANDES, MEDIANAS Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR TIC EN LA CIUDAD DE CALI DURANTE LOS AÑOS
2010 A 2012.**

LAURA ALEJANDRA MONCADA ORTIZ

Pasantía de Investigación para optar al título de Contador Publico

**Director:
CLARA EUGENIA MOSQUERA
Magister en Administración de Empresas**

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA ECONOMIA
PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI
2014**

Nota de aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Contador Público.

MARGOT CAJIGAS ROMERO

Jurado

ABDUL CAÑAS

Jurado

Santiago de Cali, 12 de Mayo de 2014

CONTENIDO

	Pág.
GLOSARIO	14
RESUMEN	16
INTRODUCCIÓN	17
1.PROBLEMA DE INVESTIGACION	18
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	19
1.2.1 Sistematización del problema.	19
2.JUSTIFICACION	20
3.OBJETIVOS	24
3.1 OBJETIVO GENERAL	24
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	24
4.MARCO REFERENCIAL	25
4.1 MARCO TEÓRICO	25
4.2 LEGALIDAD DE LAS PYMES EN EL SECTOR TIC.	25
4.3 SISTEMA DE CREACION DE VALOR	26
4.3.1 Sistema de Creación de Valor.	26
4.3.2 Direccionamiento estratégico y creación de valor.	28
4.3.3 Valor Agregado.	29
4.3.4 Macroinductores.	29
4.3.5 Inductores operativos y financieros.	30

4.3.6 Inductores Estratégicos.	30
4.3.7 Microinductores.	31
4.3.8 Diagnostico Financiero y Estratégico.	31
4.3.9 Relación entre la Rentabilidad, el EVA y el MVA.	31
4.3.10 Decisiones de Inversión.	32
4.4 EVALUACION FINANCIERA TRADICIONAL	32
4.4.1 El objetivo básico financiero (OBF).	33
4.4.2 Razones financieras.	33
4.4.2.1 Precauciones para el uso del análisis de razones:	34
4.4.2.2 Categorías de las razones financieras.	35
5.METODOLOGIA	37
5.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO.	37
5.2 INSTRUMENTOS.	37
5.3 PROCEDIMIENTOS.	37
6. DESCRIPCION DEL SECTOR TIC DE LA CIUDAD DE CALI DURANTE LOS AÑOS 2010 A 2012.	39
6.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR	39
6.2 EXCLUCIONES EN LA BASE DE DATOS	39
6.3 ANALISIS FINANCIERO	39
6.3.1 Estructura Financiera de los subsectores por tamaño de empresa	39
6.3.2 Subsector de actividad informática.	42
6.3.3 Subsector Radio y Televisión:	42
6.3.4 Subsector Telefonía y Redes:	43
6.4 MARGEN DE COSTOS Y GASTOS DEL SECTOR TIC DE CALI	44
6.5 INDICE DE ENDEUDAMIENTO	46

6.5.1 Costo de Capital.	49
6.5.2 Multiplicador de capital.	51
6.6 INDICE DE LIQUIDEZ.	54
6.6.1 Razon Circulante.	54
6.6.2 Prueba acida.	56
6.6.3 Capital de trabajo.	59
6.7 INDICES DE ROTACIÓN	61
6.7.1 Rotación de Cuentas por Cobrar.	61
6.8 INDICES DE RENTABILIDAD	64
6.8.1 Margen de Utilidad Operacional.	64
6.8.2 Margen EBITDA.	66
6.8.3 Rentabilidad del Capital propio (ROE).	69
6.8.4 Margen de Utilidad Neta.	72
7. INDICADORES DE VALOR DE LAS EMPRESAS TIC DE LA CIUDAD DE CALI DURANTE EL PERIODO 2010 A 2012	75
7.1 GENERACION DE VALOR (EVA).	75
7.2 INDICADOR DE PRODUCTIVIDAD DE CAPITAL DE TRABAJO (PKT).	77
7.3 RESUMEN DE INDICADORES DE RENTABILIDAD Y DE VALOR.	80
8.CONCLUSIONES	822
BIBLIOGRAFIA	833
ANEXOS	85

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Estructura financiera por subsector y tamaño.	40
Cuadro 2. Costos y gastos de los subsectores TIC por tamaño con promedio simple.	44
Cuadro 3. Endeudamiento total de los subsectores por tamaño con promedio simple.	47
Cuadro 4. Costo de Capital (CK) de los subsectores TIC de Cali por tamaño con promedio simple.	49
Cuadro 5. Multiplicador del capital del sector TIC de Cali por tamaño con promedio simple.	52
Cuadro 6. Razon Circulante del Sector TIC de Cali por tamaño con promedio simple.	54
Cuadro 7. Prueba Acida del sector TIC de Cali por tamaño con promedio simple.	57
Cuadro 8. Capital de Trabajo de las empresas TIC de Cali por tamaño con promedio simple.	59
Cuadro 9. Rotación de cuentas por cobrar del sector TIC de Cali por tamaño con promedio simple.	62
Cuadro 10. Utilidad o pérdida operacional de las empresas TIC de Cali por tamaño con promedio simple.	64
Cuadro 11. Margen EBITDA de las empresas TIC de Cali por Tamaño con promedio simple.	67
Cuadro 12. Rentabilidad del capital propio (ROE) de empresas TIC de Cali por tamaño con promedio simple.	70
Cuadro 13. Utilidad neta de las empresas TIC de Cali por tamaño con promedio simple.	72
Cuadro 14. Generación de valor de las empresas TIC de Cali por subsectores y tamaños con promedio simple.	75

Cuadro 15. Productividad de capital de trabajo de las empresas TIC de Cali por tamaño con promedio simple.	78
Cuadro 16. Indicadores de Rentabilidad y de Valor del subsector de empresas de Informática por tamaño con promedio simple.	80
Cuadro 17. Indicadores de Rentabilidad y de Valor del subsector de empresas de Radio y TV. por tamaño con promedio simple.	81
Cuadro 18. Indicadores de Rentabilidad y de Valor del subsector de empresas de Telefonía y Redes por tamaño con promedio simple.	81

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Direccionamiento estratégico y creación de valor.	27
Figura 2. Direccionamiento estratégico y creación de valor.	28
Figura 3. Relación entre la Rentabilidad, el EVA y el MVA.	31
Figura 4. Relación entre las decisiones y los estados financieros.	32
Figura 5. Grafico Actividad Informática – Estructura Financiera por tamaño y por promedio simple.	40
Figura 6. Grafico Actividad Radio y TV. - Estructura Financiera por tamaño y por promedio simple.	41
Figura 7. Grafico Telefonía y Redes - Estructura Financiera por tamaño y por promedio simple.	41
Figura 8. Grafico Costos y Gastos de la Actividad Informática por tamaño.	45
Figura 9. Grafico Costos y Gastos de Radio y TV por tamaño.	45
Figura 10. Grafico Costos y Gastos de Telefonía y Redes por tamaño.	46
Figura 11. Grafico Endeudamiento total de las empresas de Informática por tamaño con promedio simple.	47
Figura 12. Grafico Endeudamiento total de las empresas de Radio y TV por tamaño con promedio simple.	48
Figura 13. Grafico Endeudamiento total de las empresas de Telefonía y Redes por tamaño con promedio simple.	48
Figura 14. Grafico Costo de Capital de empresas de Radio y TV. por tamaño con promedio simple.	50
Figura 15. Grafico Costo de Capital de empresas de Radio y TV. por tamaño con promedio simple.	50
Figura 16. Grafico Costo de Capital de empresas de Telefonía y Redes por tamaño con promedio simple.	51

Figura 17. Grafico Multiplicador del capital de empresas de Informatica de Cali por tamaño con promedio simple.	52
Figura 18. Grafico Multiplicador del capital de empresas de Radio y TV. de Cali por tamaño con promedio simple.	53
Figura 19. Grafico Multiplicador del capital de empresas de Telefonía y Redes de Cali por tamaño con promedio simple.	53
Figura 20. Grafico Razón Circulante de empresas de Informatica de Cali por tamaño con promedio simple.	55
Figura 21. Grafico Razon Circulante de empresas de Radio y TV de Cali por tamaño con promedio simple.	55
Figura 22. Grafico Razon Circulante de empresas de Telefonía y redes de Cali por tamaño con promedio simple.	56
Figura 23. Grafico Prueba Acida de empresas de Informatica de Cali por tamaño con promedio simple.	57
Figura 24. Grafico Prueba Acida de empresas de Radio y TV de Cali por tamaño con promedio simple.	58
Figura 25. Grafico Prueba Acida de empresas de Telefonía y Redes por tamaño con promedio simple.	58
Figura 26. Grafico Capital de Trabajo de empresas de Informatica de Cali por tamaño con promedio simple.	60
Figura 27. Grafico Capital de Trabajo de empresas de Radio y TV. de Cali por tamaño con promedio simple.	60
Figura 28. Grafico Capital de Trabajo de empresas de Telefonía y Redes de Cali por tamaño con promedio simple.	61
Figura 29. Grafico Rotación de cuentas por cobrar empresas de Informática de Cali por tamaño con promedio simple.	62
Figura 30. Grafico Rotación de cuentas por cobrar empresas de Radio y TV. de Cali por tamaño con promedio simple.	63
Figura 31. Grafico Rotación de cuentas por cobrar empresas de Telefonía y Redes de Cali por tamaño con promedio simple.	63

Figura 32. Grafico Utilidad o pérdida operacional de empresas de Informática TIC de Cali por tamaño con promedio simple.	65
Figura 33. Grafico Utilidad o pérdida operacional de empresas de Radio y TV. TIC de Cali por tamaño con promedio simple.	65
Figura 34. Grafico Utilidad o pérdida operacional de empresas de Telefonía y Redes. TIC de Cali por tamaño con promedio simple.	66
Figura 35. Grafico Margen EBITDA de empresas de Informática de Cali por Tamaño con promedio simple.	68
Figura 36. Grafico Margen EBITDA de empresas de Radio y TV de Cali por Tamaño con promedio simple.	68
Figura 37. Grafico Margen EBITDA de empresas de Telefonía y Redes de Cali por Tamaño con promedio simple.	69
Figura 38. Grafico Rentabilidad del capital propio (ROE) de empresas de Informática de Cali por tamaño con promedio simple.	70
Figura 39. Grafico Rentabilidad del capital propio (ROE) de empresas de Radio y TV. de Cali por tamaño con promedio simple.	71
Figura 40. Grafico Rentabilidad del capital propio (ROE) de empresas de Telefonía y Redes de Cali por tamaño con promedio simple.	71
Figura 41. Grafico Utilidad neta de empresas de Informática de Cali por tamaño con promedio simple.	73
Figura 42. Grafico Utilidad neta de empresas de Radio y TV de Cali por tamaño con promedio simple.	73
Figura 43. Grafico Utilidad neta de empresas de Telefonía y Redes de Cali por tamaño con promedio simple.	74
Figura 44. Grafico Generación de valor de empresas de Informática de Cali por tamaños con promedio simple.	76
Figura 45. Grafico Generación de valor de empresas de Radio y TV de Cali por tamaños con promedio simple.	76
Figura 46. Grafico Generación de valor de empresas de Telefonía y Redes de Cali por tamaños con promedio simple.	77

Figura 47. Grafico Productividad de capital de trabajo de empresas de Informática de Cali por tamaño con promedio simple.	78
Figura 48. Grafico Productividad de capital de trabajo de empresas de Radio y TV. de Cali por tamaño con promedio simple.	79
Figura 49. Grafico Productividad de capital de trabajo de empresas de Telefonía y Redes de Cali por tamaño con promedio simple.	79

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Empresas excluidas del informe	85
Anexo B. Empresas analizadas en el informe	86

GLOSARIO

ACTIVOS: es un bien que la empresa posee y que pueden convertirse en dinero u otros medios líquidos equivalentes.¹

BALANCE GENERAL: es un informe financiero contable que refleja la situación de una empresa en un momento determinado, se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales.²

ESTADO DE RESULTADOS: un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.³

FLUJO DE CAJA: es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado, por tanto constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez, una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.⁴

EBITDA: corresponde a las iniciales en inglés Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortization, en español significa Utilidades antes de intereses, Impuestos, Depreciaciones y Amortizaciones. Esta utilidad operativa se obtiene antes de considerar los gastos que no implican desembolso de efectivo ni lo implicaran en el futuro, también conocida como Utilidad Operativa de caja.⁵

EVA: valor económico agregado (Economic Value Added), es la diferencia entre la utilidad operativa después de impuestos y el costo financiero que implica la utilización de activos por parte de la empresa. Otra manera de entenderse es la rentabilidad que generan los activos netos de operación cuando producen una rentabilidad superior al costo de capital.⁶

¹ Enciclopedia Virtual Financiera. e-conomic [en línea] Madrid, España, 2002 – 2014 [consultado Enero, 2014]. Disponible en internet: <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/>

² Wikipedia. Versión en español [en línea], [consultado Enero, 2014]. Disponible en internet: <http://es.wikipedia.org/wiki>

³ Ibid., Wikipedia. Disponible en internet: <http://es.wikipedia.org/wiki>

⁴ Ibid., Wikipedia. Disponible en internet: <http://es.wikipedia.org/wiki>

⁵ GARCIA SERNA, Oscar León. Valoración de empresas, Gerencia de valor y EVA. Copyright 2003, Medellín: Universidad EAFIT, 2003. p. 18.

⁶ Ibid., p. 132.

GERENCIA DE VALOR: (GDV) es la serie de procesos que conducen el alineamiento de todos los funcionarios con el direccionamiento estratégico de la empresa, de manera que al momento de tomar decisiones, estas sean en pro del permanente aumento de su valor.⁷

INDUCTOR DE VALOR: aspecto de la operación de la empresa que está unido en relación causa y efecto a su valor y por lo tanto permite explicar el porqué de su aumento o disminución como consecuencia de las decisiones tomadas.⁸

MVA: incremento del valor agregado del mercado (market value added), es el valor presente de los EVA futuros de la empresa o dicho de otra forma, es la diferencia entre el valor de la empresa como negocio en marcha y el valor de la inversión realizada para formar sus activos de operación.⁹

PDC: palanca de crecimiento, es un indicador que permite determinar qué tan atractivo es para una empresa crecer, desde el punto de vista del valor agregado.¹⁰

PASIVOS: son las deudas que la empresa posee, recogidas en el balance de situación, comprende las obligaciones actuales de la compañía.¹¹

PATRIMONIO: es el conjunto de bienes pertenecientes a una persona física o jurídica.¹²

RENTABILIDAD: es la capacidad de producir o generar un beneficio adicional sobre la inversión o esfuerzo realizado. El concepto de rentabilidad puede hacer referencia a Utilidad Neta.¹³

UODI: utilidad operativa después de impuestos, esta representa el flujo de caja que la empresa tiene disponible antes de realizar cualquier tipo de inversión.¹⁴

⁷ GARCIA SERNA, op. cit., p. 5.

⁸ Ibid., p. 16

⁹ Ibid., p. 17

¹⁰ Ibid., p. 19

¹¹ Enciclopedia Virtual Financiera e-conomic. Madrid, España. [en línea], [consultado Enero, 2014]. Disponible en internet: <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-pasivo>

¹² Wikipedia. Versión en español [en línea], [consultado Enero, 2014]. Disponible en internet: <http://es.wikipedia.org/wiki>

¹³ Ibid., Wikipedia. Disponible en internet: <http://es.wikipedia.org/wiki>

¹⁴ GARCIA SERNA, op. cit., p.26.

RESUMEN

El presente proyecto de pasantía de investigación se basa en el estudio de la Generación de valor de las empresas del sector de Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la ciudad de Cali, durante los años 2010, 2011 y 2012, conformado por tres subsectores: Informática, Radio y Televisión, Telefonía y Redes. La información es adquirida por medio de la Superintendencia de Sociedades, de allí se toman los Estados Financieros, iniciando con la clasificación de las empresas por subsectores y tamaño (Grande, Mediana y Pequeña), se asignó el tamaño de las empresas de acuerdo a la LEY 905 de 2004.

Algunas empresas que aparecieron en la información financiera clasificadas como TIC, pertenecían a otro tipo de actividad, por tanto se hizo una investigación de las actividades del total de las empresas y se excluyeron aquellas que no pertenecen al sector objeto de estudio. Luego se organiza la información por subsectores y por tamaño, se traslada la información financiera a un clasificador de cuentas y de allí al Aplicativo Financiero de autoría de la docente Margot Cajigas y Elbar Ramírez, que permite iniciar el análisis de Generación de valor y financiero.

El analisis se hace a traves de la utilizacion de diferentes indicadores financieros como los Indices de endeudamiento, Indice de Liquidez, de rotacion, Indices de rentabilidad, Calculo del EVA e Indicadores de Valor.

Palabras clave: Generacion de valor, Sector TIC (Tecnologia, Informacion, Comunicacion), Estados Financieros, Subsectores TIC (Informatica, Radio y television, Telefonía y redes), Aplicativo financiero, Analisis Financiero, Indicadores Financieros, Indicadores de valor.

INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto de grado modalidad pasantía de investigación, se desprende del proyecto macro de investigación “ANALIZAR EL PERFIL FINANCIERO Y TRIBUTARIO DE LAS PYMES SECTOR SALUD Y LAS TICS (Tecnología de la Información y la Comunicación) EN LAS CIUDADES DE BOGOTÁ Y SANTIAGO DE CALI.” aprobado por la Resolución 6426 Rectoría del 31 de Enero de 2011, este proyecto está adscrito al grupo de investigación en Contabilidad y Finanzas GICOF, de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Liderado por la docente Margot Cajigas y Clara Eugenia Mosquera, con el objetivo de aportar a esta investigación, se planteó el siguiente interrogante ¿Las empresas del sector TIC en la ciudad de Cali generaron valor durante el periodo 2010 a 2012?

En este proyecto se evaluó la gestión gerencial de las empresas TIC por medio del estudio financiero basado en generación de valor en el que se determina el aumento del patrimonio de los socios. Actualmente la Globalización ha ocasionado que los países abran sus economías eliminando o reduciendo las tarifas arancelarias y exponiendo muchas empresas locales con otras del exterior que tengan mayor participación en el mercado, tecnología u otras ventajas competitivas¹⁵. En consecuencia, la competencia, los clientes, los socios, los empleados, los proveedores y acreedores exigen a las empresas plantear estrategias que permitan ser competitivas y tener permanencia a largo plazo, cumpliendo con el objetivo de toda entidad económica de generar rentabilidad.

La metodología utilizada es propia de una Investigación Bibliográfica - Analítica que se desarrolló con información de la Superintendencia de sociedades, Cámara de Comercio de Cali, Ministerio TIC, otros entes gubernamentales y privados. Seguido de la información financiera obtenida del aplicativo financiero de autoría de la docente Margot Cajigas y Elbar Ramírez, que permitió generar el análisis de valor de las empresas TIC de la muestra.

En esta investigación se evidenció el crecimiento y disminución del sector TIC de Cali, a través del análisis de los indicadores financieros y de valor que mostraron que durante los años 2010, 2011 y 2012 las empresas de Informática generaron valor a sus socios, lo contrario sucedió a las empresas de Radio y TV, Telefonía y Redes que destruyeron valor, dando como resultado varios análisis que pueden aportar significativamente a la toma de decisiones gerenciales.

¹⁵ GARCIA SERNA, op. cit., p. 8.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En esta investigación se realizó el análisis de indicadores financieros e inductores de valor, con el fin de conocer la generación de valor de las empresas del sector TIC de la ciudad de Cali, a partir de la información financiera del balance general, estado de resultados y estado de flujo de caja, se seleccionó dicha información por cada sector: Informática, Radio y Televisión y Telefonía y redes, a su vez se organizó estos sectores por tamaño: grande, mediana y pequeña empresa.

De acuerdo a la ley 905 de 2004, se clasifico el tamaño de las empresas objeto de estudio por el total de los activos anuales, luego se agrupo la información por subsector y en cada uno por tamaño y en cada tamaño los años 2010, 2011 y 2012 aplicando promedio simple, por ejemplo, se tomó las grandes empresas del subsector Radio y televisión por los tres años y se aplicó promedio simple; de la misma forma se hizo con los demás tamaños (medianas y pequeñas) y subsectores del sector TIC. Seguido, se organizó la información en el Aplicativo Diagnostico Financiero de autoría de la docente Margot Cajigas y Elbar Ramírez, del que se obtiene los indicadores financieros y de valor, dando como resultado, el análisis de generación de valor.

En este estudio se analizó el comportamiento económico de las empresas TIC y su competitividad frente a otras empresas locales del sector a través de los indicadores financieros y de valor, en los que se evidencia que estas empresas, pueden aumentar las posibilidades de crecimiento, obtener información real para la toma de decisiones, toma de acciones a corto y largo plazo, posicionamiento, fortalecimiento y apalancamiento financiero a nivel global, todo ello en cabeza de la dirección gerencial de cada empresa.

Las grandes, medianas y pequeñas empresas desempeñan un papel fundamental como generadoras de empleo en la economía local y nacional, agentes de estabilización social y fuentes de innovación, especialmente en los países en desarrollo, de tal manera que contribuyen al alivio de la pobreza y al proceso general de desarrollo económico¹⁶. Por lo tanto un análisis de su situación financiera con enfoque basado en valor, es de vital importancia, a fin de que sigan

¹⁶ VILLEGAS L, Dora Inés y TORO, Iván Darío. Las PYMES: Una mirada a partir de la experiencia Académica del MBA. Revista de investigación MBA EAFIT. Del grupo de investigación la gerencia en Colombia. Medellín: Universidad EAFIT, 14 de Mayo de 2010. P. 8.

contribuyendo de manera sostenible en el tiempo al crecimiento y distribución de la riqueza.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Las empresas del sector TIC en la ciudad de Cali generaron valor durante el periodo 2010 a 2012?

1.2.1 Sintetización del problema

- ¿Cuáles son los inductores de valor que mejor reflejan la situación financiera de las empresas objeto de estudio?
- ¿Generan o destruyen valor las empresas grandes y pymes del sector TIC de la ciudad de Cali en los periodos de estudio?

2. JUSTIFICACION

En Colombia se estima que existen más de un millón de Mipymes que contribuyen a la producción nacional con una cifra superior al 50% y generan más del 70% del empleo, en los sectores de industria, comercio y servicios. Del total, 700.000 son informales, es decir, no registradas y 360.000 son formales ósea registradas. De las registradas, 90% son microempresas, 9% Pymes y 1% gran empresa, concentradas en su mayoría en Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga¹⁷.

Según el último censo económico adelantado por el DANE en Cali y Yumbo en el 2005, en la capital del Valle se encontró 4.827 empresas más, respecto al último censo de 1990. En efecto, de 70.383 empresas se pasó a 75.210 en el 2005, la mayoría tiene menos de un año de operaciones y en yumbo, hubo un aumento de 978 más, en el 90 eran 2.333 y en el 2005 pasaron a ser 3.311. El 90% de esas nuevas sociedades fueron pequeñas y medianas empresas dedicadas especialmente a servicios, tales como hoteles, restaurantes, transporte, agencias de viaje y turismo, telecomunicaciones, talleres, clínicas, asistencia médica, consultoría y asesorías informáticas¹⁸.

En Colombia el impacto de las MIPYME, genera efectos económicos y sociales significativos, representando los mayores niveles de ingresos y de producción dentro del conjunto de unidades empresariales, lo cual significa como en varios países que son el motor de la economía, estas generan el 70% del total de empleo, su distribución en diferentes áreas se concentra en el Comercio con 54.66%, Servicios con un 31.60% e Industria con 12.22% y otros con 1.52% Los indicadores PYMES hablan por sí solos, demostrando que el papel que cumplen es trascendental, al constituir el núcleo generador de crecimiento y desarrollo empresarial, además de contribuir al proceso de transformación social y cultural en el país, por su capacidad generadora de empleo y por participar en el proceso productivo nacional como proveedores y productores de bienes y servicios¹⁹.

¹⁷ CALA HEDERICH, Álvaro. Decano. Situación y necesidades de la pequeña y mediana empresa. En Revista electrónica de difusión científica. Universidad Sergio Arboleda. Bogotá. No 4 (dic. 2005); p. 4.

¹⁸ EL PAIS. Cambia la vocación económica de Cali. Estadística 2005. Santiago de Cali: Censo DANE 2005. [en línea], [consultado Oct, 2013]. Disponible en internet: <http://historico.elpais.com.co/paionline/notas/Mayo162006/eco1.html>

¹⁹ MONTOYA R. Alexandra; MONTOYA R. Iván y CASTELLANOS, Oscar. Situación de la competitividad de las Pyme en Colombia: Elementos actuales y retos. 05, Marzo, 2010. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá. [en línea], [consultado Oct, 2013]. Disponible en internet: <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/agrocol/article/view/17600/37350>

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU por sus siglas en inglés), publicó su informe anual en el que mide los avances en materia de telecomunicaciones e información a nivel global, en la quinta edición del estudio muestra que Colombia está en la posición 77 de 157 países en el Índice de Desarrollo de las TIC en 2012, una posición por encima de la medición del año anterior²⁰.

Dentro del informe presentado por la ITU se destaca que Colombia, alcanzó en 2012 una penetración de la telefonía celular del 100 por ciento y entra a la lista de los 17 países en el mundo que cuentan con más suscripciones a celulares que población, otro de los puntos destacados para Colombia en la medición tiene que ver con una mejora significativa en la conectividad TIC que aumentó en los hogares, especialmente con el acceso a internet²¹.

Por otro lado, la Alcaldía de Santiago de Cali, informa que en la ciudad, con la ejecución del proyecto “Cali Vive Digital”, liderado por el Ministerio TIC y Colciencias junto con el Operador de Recaudo y Tecnología del sistema de Transporte Masivo (SITM) ofrece a los usuarios desde finales del 2012, de manera gratuita la conexión a internet en 47 estaciones, convirtiéndolo en el primer sistema masivo del país en brindar conectividad con un 85% de cobertura dentro de las estaciones. Con esta estrategia, el SITM MIO busca generar mayores dinámicas de información y comunicación con el usuario, logrando que hasta la fecha un millón de personas estén conectadas con Cali Digital, red apoyada por Access Tech²².

Según un comunicado del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), en Colombia existen 49'066.359 suscriptores a la telefonía móvil, es decir, 105,3 abonados en servicio de telefonía por cada 100 habitantes, de los cuales 3'209.059 cuentan con el servicio de datos en sus móviles. Cali, a su vez, es la tercera ciudad en el país con mayor porcentaje de conexión a plan de datos en los celulares, al tener un consumo de 7,10 % en la media nacional²³.

²⁰ EL TIEMPO, Redacción Tecnológica, Bogotá, 07, Octubre, 2013. [En Línea], [Consultado Nov, 2013]. Disponible en Internet: http://www.eltiempo.com/tecnologia/telecomunicaciones/colombia-puesto-77-en-indice-tic_13107498-

²¹ Ibíd., Disponible en Internet: http://www.eltiempo.com/tecnologia/telecomunicaciones/colombia-puesto-77-en-indice-tic_13107498-

²² ALCALDIA DE SANTIAGO DE CALI. “El MIO, el primer sistema masivo del país con red wi-fi gratuita”. 02, Julio, 2013. [en línea], [consultado Ene, 2014]. Disponible en internet: http://www.cali.gov.co/informatica/publicaciones/el_mio_el_primer_sistema_masivo_del_pas_con_red_wifi_gratuita_pub

²³ Ibíd., Disponible en internet:

http://www.cali.gov.co/informatica/publicaciones/el_mio_el_primer_sistema_masivo_del_pas_con_red_wifi_gratuita_pub

La red Cali Digital permite que hasta un total de 250 usuarios se conecten de manera simultánea por cada vagón de las estaciones del MIO, es decir, que además de brindarles movilidad a los caleños, el SITM contribuye a la masificación del uso de las nuevas tecnologías, una iniciativa del Gobierno Nacional que ha sido replicada en Cali con gran éxito.²⁴

Según el Ministro de las TIC, Diego Molano Vega, el país tuvo su mejor año 2013 en cuanto a las TIC, se destaca los avances obtenidos, 777 municipios del país ya tienen acceso a Internet de fibra óptica, las Mipymes cumplieron con la meta del Plan Vive Digital “50% conectadas”, a Octubre de 2013, 60,6% de las Mipymes contaban con conexión a internet. En materia de infraestructura se destaca por tener 6 operadores con 4G anteriormente tenía 3G con solo 3 operadores.

También se dio la ampliación y difusión de la conectividad internacional, actualmente el país cuenta con 5 cables submarinos y se están construyendo 4 cables más, con esto Colombia se posiciona como el mejor conectado de la región a nivel internacional, esto también se le atribuye por la instalación de kioskos, que son centros de acceso a internet para la población rural campesina, actualmente está en funcionamiento 1.144 y en proceso de instalación 6.477, allí las personas de estratos bajos se capacitan y usan internet, 25 de estos puntos están dirigidos para personas discapacitadas y 341 están en proceso de construcción²⁵.

En materia de televisión, el Ministerio TIC hizo alianzas con las casas productoras de televisión más grandes del mundo como: Discovery, Plaza Sésamo, Disney y FOX; esto con el fin de mejorar los contenidos audiovisuales de la televisión pública colombiana. Durante este año se invirtieron más de \$7.500 millones en coproducciones para la tv pública, haciendo un importante énfasis en la transferencia de conocimiento y buenas prácticas²⁶

En consecuencia, Colombia se posicionó durante 2013 como el segundo país de Latinoamérica en Gobierno Electrónico, también hubo grandes avances en el fortalecimiento de la industria TI a través de planes de capacitación y financiación

²⁴ Ibíd., Disponible en internet:

http://www.cali.gov.co/informatica/publicaciones/el_mio_el_primer_sistema_masivo_del_pas_con_red_wifi_gratuita_pub

²⁵ MOLANO VEGA, Diego. Ministro TIC. “2013 el mejor año de Colombia en cuanto a las TIC”. 07, enero, 2014. [en línea], [consultado Ene, 2014]. Disponible en Internet: <http://www.regiondigital.com/noticias/tecnologia/201924-2013-el-mejor-ano-de-colombia-en-cuanto-a-las-tic.html>

²⁶ Ibíd., Disponible en Internet: <http://www.regiondigital.com/noticias/tecnologia/201924-2013-el-mejor-ano-de-colombia-en-cuanto-a-las-tic.html>

a ideas innovadoras, 4.709 personas están estudiando carreras TI de forma gratuita; 9.000 se están certificando en plataformas de desarrollo Web y Móvil, 3.400 en desarrollo de Apps y 278 en calidad. Así mismo y a través del programa Apps.co, se ha brindado apoyo a 35.000 colombianos para la creación de nuevos negocios TIC.

Durante 2013 se instalaron 10 ViveLab en las ciudades de Armenia, Popayán, Cali, Manizales, Cauca, Cartagena, Medellín, Pereira, Bogotá y Montería. Estos son centros de entrenamiento, emprendimiento y conocimiento, a los cuales acceden personas con destrezas en el desarrollo de software, aplicaciones y contenidos digitales. Estos laboratorios cuentan con herramientas especializadas para la creación de animación 3D, 2D, videojuegos, aplicativos para móviles y aplicaciones para las Mipymes colombianas. En total serán 17 laboratorios, donde se espera capacitar de forma especializada a 15.000 personas.

¿Qué posibilidades tienen las Pymes en el momento de competir?, según el ex ministro de comercio exterior, Jorge Humberto Botero, Las Pymes tienen los retos gigantescos, porque les es difícil competir en mercados abiertos, de igual manera tienen ventajas, son flexibles, se adaptan rápidamente a los cambios y suelen ser eficientes con algunos procesos. Una de las ventajas de las Pyme colombianas es el valor agregado que le da a los productos, tanto que genera interés de los empresarios extranjeros interesados en entrar y comprar productos al país, por las múltiples ventajas que el gobierno ha venido impulsando.

El asesor económico del Foro Económico Mundial (FEM), Xavier Sala Martin, dijo en el marco de un foro sobre competitividad internacional llevado a cabo en Bogotá, la clave para competir en mercados internacionales sea una pyme o gran empresa es la innovación, no obstante la innovación explica el experto, no es crear solamente productos nuevos, sino mejorar métodos, el producto o el proceso.²⁷

²⁷ FUNDACION GELCOM Latinoamérica. TIC e innovación son importantes para que las Pymes de Colombia aprovechen los TLC. Agosto, 2011. [en línea], [consultado Nov, 2013]. Disponible en internet: <http://www.gelcon.org.co/content/tic-e-innovaci%C3%B3n-son-importantes-para-que-las-pymes-de-colombia-aprovechen-los-tlc>

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar si las empresas grandes y pymes del sector TIC de la ciudad de Cali han generado o destruido valor durante los años 2010, 2011 y 2012.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Aplicar los indicadores de generación de valor a las empresas TIC de Cali en el periodo de estudio.
- Realizar un análisis de tendencia de los indicadores de generación de valor en los años de estudio.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 MARCO TEÓRICO

En el presente estudio, una de las variables de selección es el tamaño, en Colombia el segmento empresarial se clasifica en micro, pequeñas, mediana y grandes empresas, esta clasificación está reglamentada en la Ley 905 de 2004²⁸.

Define que para la clasificación por tamaño empresarial, entiéndase micro, pequeña, mediana y gran empresa, se podrá utilizar uno o varios de los siguientes criterios en el siguiente cuadro:

- 1- Número de trabajadores totales.
- 2- Valor de ventas brutas anuales.
- 3- Valor activos anuales.

Cuadro clasificación reglamentaria según Ley 905 de 2004.

Clasificación	Planta de Personal	Activos Totales(*)
Pequeña empresa	Entre 11 y 50 trabajadores	Entre 501 y 5.000 SMMLV
Mediana empresa	Entre 51 y 200 trabajadores	Entre 5.001 a 30.000 SMMLV
Grande empresa	Más de 200 trabajadores	Más de 30.000 SMMLV

(*) SMMLV, hace referencia al Salario Mínimo Legal Vigente.

4.2 LEGALIDAD DE LAS PYMES EN EL SECTOR TIC.

El expresidente Álvaro Uribe sancionó la Ley 1341 del 30 de julio de 2009 con la que se busca darle a Colombia un marco normativo para el desarrollo del sector de Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC), promueve el acceso y uso de las TIC a través de la masificación, garantiza la libre competencia, el uso eficiente de la infraestructura y el espectro, y en especial, fortalece la protección de los derechos de los usuarios.

²⁸ Norma Colombiana: Ley 905 de 2004

Ley 1341, 30 de Julio de 2009/Capitulo 1/ Artículo 1/ Objeto: La presente ley determina el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán el sector de las Tecnologías de la información y las comunicaciones, su ordenamiento general, el régimen de competencia, la protección al usuario, así como lo concerniente a la cobertura, la calidad del servicio, la promoción a la inversión en el sector y el desarrollo de estas tecnologías, el uso eficiente de las redes y del espectro radioeléctrico, así como las potestades del Estado en relación con la planeación, la gestión, la administración adecuada y eficiente de los recursos, regulación, control y vigilancia del mismo y facilitando el libre acceso sin discriminación de los habitantes del territorio nacional a la Sociedad de la Información.

4.3 SISTEMA DE CREACION DE VALOR

4.3.1 Sistema de Creación de Valor²⁹. Actualmente este termino de creación de valor tiene mayor incidencia en el vocabulario de los empresarios, que están interesados en la generación de valor del patrimonio que es lo mismo que cumplir con el Objetivo Básico Financiero, que se encarga de unir todos las áreas de una empresa (clientes, trabajadores, producción, mercadeo, financiero, etc.) hace algunos años se utilizó el termino valor agregado, que ahora se menciona como gerencia de valor.

El autor define La Gerencia de Valor (GDV), como la dirección de los procesos de una empresa que se unen entre sí, con el objetivo de tomar decisiones que permitan obtener un continuo crecimiento de su valor.

La creación de valor en la empresa se promueve de tres maneras:

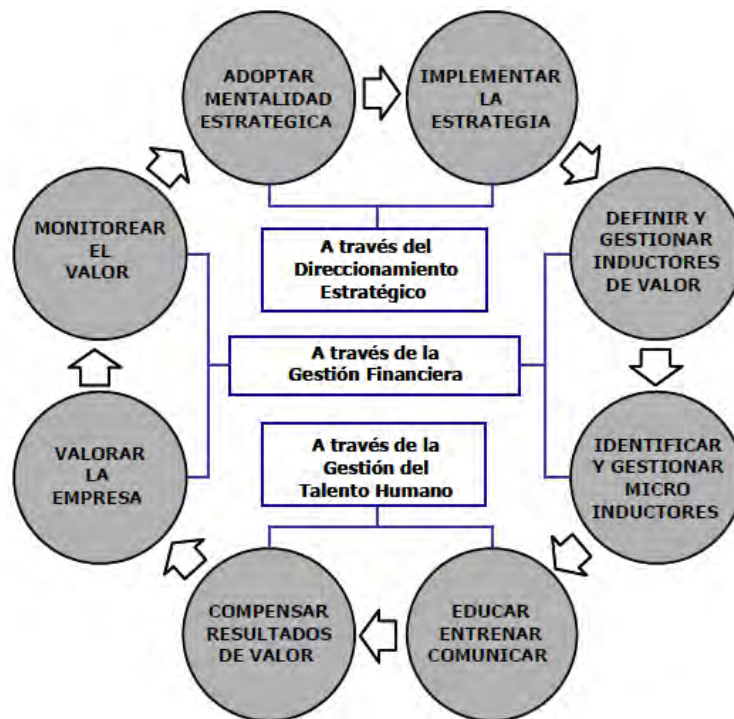
- 1- A través del Direccionamiento Estratégico
- 2- A través de la Gestión Financiera
- 3- A través de la Gestión de Talento Humano

Estas tres alternativas de gestión agrupan a su vez, los procesos que hacen parte de lo que el autor considera como “El Sistema de Creación de Valor” para los socios o propietarios, que se ilustra en la siguiente figura¹, que en su opinión son

²⁹ FUNDACION GELCOM Latinoamérica. TIC e innovación son importantes para que las Pymes de Colombia aprovechen los TLC. Agosto 2011. [en línea] [consultado Nov, 2013]. Disponible en internet: <http://www.gelcon.org.co/content/tic-e-innovaci%C3%B3n-son-importantes-para-que-las-pymes-de-colombia-aprovechen-los-tlc>

los procesos que deben implementarse para garantizar el fomento de la cultura de la gerencia del valor de la empresa³⁰.

Figura 1. Direccionamiento estratégico y creación de valor.



Oscar L. García. Derechos Reservados 2003

Fuente: GARCIA SERNA, Oscar León. Valoración de empresas, Gerencia de valor y EVA. Copyright 2003, Medellín: Universidad EAFIT, 2003. P. 11.

A través del Direccionamiento Estratégico, la creación de valor se fomenta implementando dos procesos:³¹

- Adopción de mentalidad estratégica
- Implementación de la estrategia

A través de la Gestión Financiera la creación de valor se fomenta implementando cuatro procesos:

- Definición y Gestión de los inductores de valor.

³⁰ GARCIA SERNA, op. cit., p. 10.

³¹ GARCIA SERNA, op. cit., p. 11.

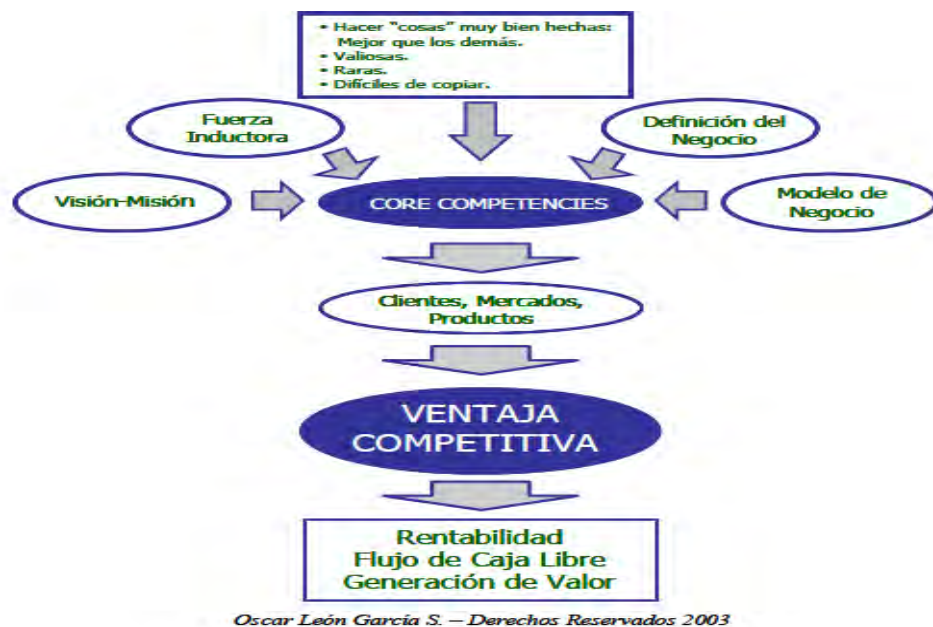
- Identificación y Gestión de los Micro inductores de Valor.
- Valoración de la empresa
- Monitoreo del valor

Finalmente, a través de la Gestión del Talento Humano, la creación de valor se fomenta implementando dos procesos:

- Educación, Entrenamiento y Comunicación.
- Compensación atada a resultados asociados con el valor.

4.3.2 Direccionamiento estratégico y creación de valor. Se refiere a que el líder y los colaboradores de la organización deben adoptar una mentalidad estratégica, lo que significa tener claro el futuro de la empresa, esto se denomina tener Visión del negocio. En el siguiente gráfico el autor Oscar León García, ilustra los elementos de las Competencias Fundamentales o Core Competencias, que son el conjunto de habilidades como la ventaja competitiva, la cual es característica, valiosa y difícil de imitar, acompañado de la Visión y Misión, la fuerza inductora, definición y modelo del negocio, para satisfacer a los clientes y el mercado, generando Rentabilidad, flujo de caja libre y generación de valor.

Figura 2. Direccionamiento estratégico y creación de valor.³²



Fuente: GARCIA SERNA, Oscar León. Valoración de empresas, Gerencia de valor y EVA. Copyright 2003, Medellín: Universidad EAFIT, 2003. P. 13.

³² GARCIA SERNA, op. cit., p. 13.

4.3.3 Valor Agregado. El valor agregado para los propietarios se manifiesta de dos formas:

- Porque la empresa crece con rentabilidad
- Porque se aumenta su valor agregado del mercado

Hay crecimiento con rentabilidad cuando las inversiones marginales rinden por encima del costo de capital de la empresa, si esto ocurre el **Valor Económico Agregado EVA**, se incrementa con el periodo anterior. No quiere decir que sea suficiente con que una empresa genere en el periodo una rentabilidad superior al costo de capital en relación con sus activos, se requiere que esa situación se de para toda inversión marginal que la empresa realice en dicho periodo.³³ La otra manifestación del valor agregado es el incremento del **Valor Agregado de Mercado, MVA** por sus iniciales en inglés Market Value Added. Dicho incremento se da cuando se produce un aumento del valor de la empresa mayor que los recursos invertidos para lograrlo.

Por consiguiente, entre el MVA y el Flujo de caja libre FCL de la empresa existe una estrecha relación, por lo que todas las decisiones que se toman en las diferentes áreas dependen del permanente aumento del FCL. El incremento del EVA y el MVA, son la forma como se manifiesta el valor agregado para los propietarios, se produce como consecuencia del comportamiento favorable de lo que seguiremos denominando “Inductores de valor”, los cuales se clasifican en cuatro categorías:

- Macro inductores (Rentabilidad del activo y Flujo de caja libre)
- Inductores Operativos y Financieros (Margen EBITDA, Productividad del capital de trabajo, Productividad del activo fijo).
- Inductores estratégicos (Inversión/ Reinversión de utilidades)
- Micro inductores (Indicadores de Desempeño /Gestión)

4.3.4 Macroinductores. Son los dos grandes inductores de valor en toda empresa Rentabilidad del Activo y Flujo de Caja Libre, se denominan macroinductores de valor debido a que el incremento del EVA y el MVA están directamente asociados, por un lado con el comportamiento favorable de la rentabilidad del activo y por el otro con el flujo de caja libre futuros esté implícita una rentabilidad superior al costo de capital. (El MVA es el valor presente de los EVA futuros, mejor llamado Prima de negocio).

³³ GARCIA SERNA, op. cit., p. 16.

4.3.5 Inductores operativos y financieros. Son aquellos factores que afectan la rentabilidad del activo al igual que el Flujo de Caja Libre, denominados³⁴:

- Margen EBITDA (Utilidad Operativa de Caja)
- Productividad del Capital de Trabajo (PKT)
- Productividad del Activo Fijo

Margen EBITDA= EBITDA/ Ingresos: El margen EBITDA muestra lo que cada peso de ingresos se convierte en caja para atender pago de impuestos, inversiones, servicio a la deuda y dividendos.

Productividad del Capital de Trabajo PKT= KTNO/ INGRESOS: La productividad del capital de trabajo PKT, refleja la eficiencia con la que son aprovechados los recursos corrientes de la empresa, se interpreta como los centavos que deben mantenerse en capital de trabajo por cada peso vendido. (KTNO = Cuentas por cobrar + Inventarios – Cuentas por pagar a Proveedores).

Palanca de Crecimiento PDC= Margen EBITDA

PKT: De la relación entre el margen EBITDA y la productividad del capital de trabajo, surge un importante indicador denominado “Palanca de crecimiento PDC”, que permita determinar qué tan atractivo es para una empresa crecer y por lo tanto da una idea con respecto a si el crecimiento agregara o no valor a los propietarios.³⁵

Productividad del Activo Fijo = Ingresos / Activos Fijos: La productividad del activo fijo refleja la eficiencia en el aprovechamiento de la capacidad de generar ingresos dada una determinada inversión en dichos activos.

El principal **Inductor Financiero** de toda empresa es el *Costo de Capital*, que a su vez está asociado con la *Administración del Riesgo*, determinando como el empresario define y administra su estructura operativa y financiera, por otro lado está el Escudo Fiscal relacionado con la forma como se aprovechan los beneficios tributarios.

4.3.6 Inductores Estratégicos. Se relacionan con las competencias que la empresa posee, basados en un proceso de mentalidad estratégica, en el que se determina y se fomentan a partir del direccionamiento estratégico. Por tanto, las

³⁴ GARCIA SERNA, op. cit., p. 18,19.

³⁵ GARCIA SERNA, op. cit., p. 20, 21, 22.

competencias esenciales y la disposición de los dueños a invertir (reinvertir utilidades), se entiende que dichas inversiones deben producir una rentabilidad mayor al costo de capital.

4.3.7 Microinductores. Estos se relacionan con aspectos particulares de la empresa cuyo comportamiento, afecta los inductores operativos y financieros, de acuerdo a las características de la empresa, se denominan: Indicadores de Desempeño e Indicadores de Gestión.

4.3.8 Diagnostico Financiero y Estratégico. Para valorar un empresa el primer paso es la realización de un diagnostico financiero y estratégico, que permite identificar las necesidades de reestructuración operativa y financiera que necesite la empresa para incrementar su valor, esto queda plasmado en un Plan Financiero o Plan de Desarrollo, por medio de unas proyecciones financieras.

4.3.9 Relación entre la Rentabilidad, el EVA y el MVA. La siguiente figura 3 muestra la relación directa entre el EVA, el MVA con la Rentabilidad Total, que se obtiene dividiendo la suma del incremento del valor de la empresa logrado en el periodo y el flujo de caja libre producido en ese mismo tiempo y entre el valor de la empresa al principio del periodo.

Figura 3. Relación entre la Rentabilidad, el EVA y el MVA.

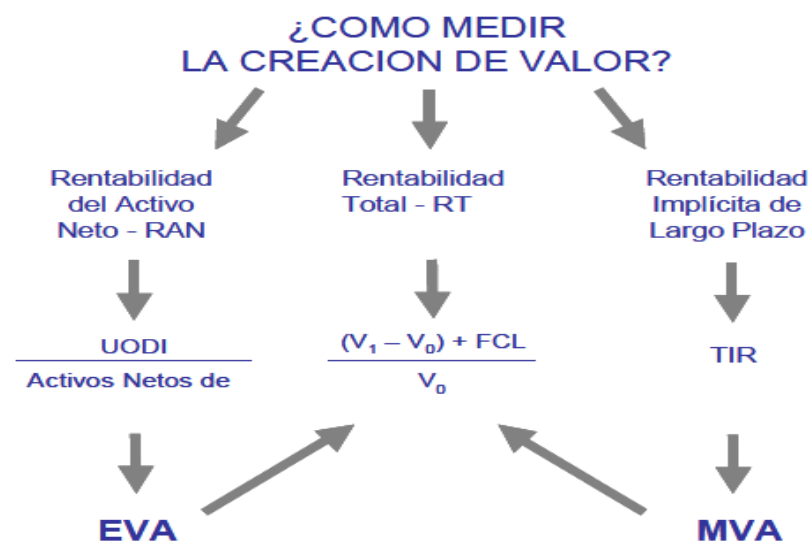


Gráfico 1-8 Relación entre la Rentabilidad, el EVA y el MVA.

Fuente: GARCIA SERNA, Oscar León. Valoración de empresas, Gerencia de valor y EVA. Copyright 2003, Medellín: Universidad EAFIT, 2003. P. 24.

4.3.10 Decisiones de Inversión. Estas generan valor en la medida en que impliquen la obtención de una rentabilidad marginal superior al costo de capital. Las decisiones de inversión están relacionadas con el aumento de los activos que también tienen relación con la utilidad operativa después de impuestos (UODI) y esta representa el Flujo de caja que la empresa tiene disponible antes de realizar cualquier tipo de inversión. Las decisiones de inversión generan valor para los propietarios siempre y cuando los flujos de caja libre que se produzcan como consecuencia de dichas decisiones tengan una rentabilidad marginal mayor al costo de capital³⁶.

En la figura 4, se muestra como las decisiones que se toman en la empresa afectan el resultado de los estados financieros y su valor, con esto no se refiere únicamente a la gerencia o los líderes, también se refiere a todos los empleados que directa e indirectamente, a corto o largo plazo afectan el valor de la empresa, por tanto, la compañía debe implementar y construir una cultura de creación de valor, tal como se ve en el gráfico, las decisiones se clasifican en cuatro categorías: Operativas, Inversión, Financiación y Dividendos.

Figura 4. Relación entre las decisiones y los estados financieros.³⁷

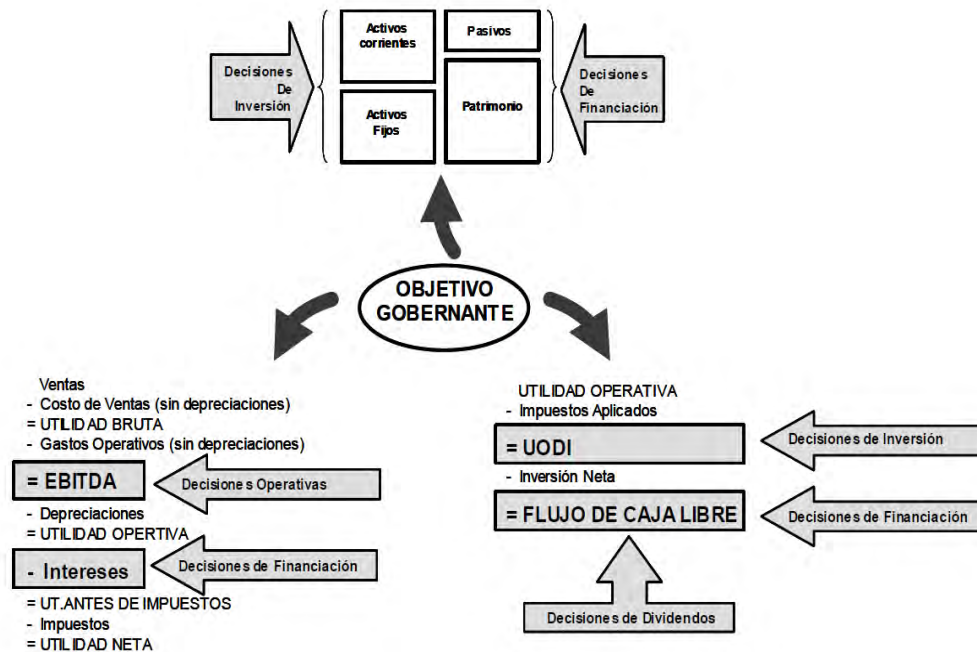


Gráfico 1-9 Relación entre las decisiones y los estados financieros.

Fuente: GARCIA SERNA, Oscar León. Valoración de empresas, Gerencia de valor y EVA. Copyright 2003, Medellín: Universidad EAFIT, 2003. P. 26.

³⁶ GARCIA SERNA, op. cit., p. 24, 26.

³⁷ GARCIA SERNA, op. cit., p. 26.

4.4 EVALUACION FINANCIERA TRADICIONAL

4.4.1 El objetivo básico financiero (OBF). En nuestra cultura empresarial, desafortunadamente aún existe la idea de reducción de costos y gastos como la principal estrategia de aumento de la utilidad, cuando en realidad además del crecimiento de la utilidad, existen dos alternativas más trascendentales que pueden tener un efecto más relevante para el alcance del objetivo básico financiero, ellas son: La generación de ingresos y la eficiencia en el manejo de los recursos, estas alternativas ofrecen un sin fin de opciones para el crecimiento³⁸.

- El Objetivo Básico Financiero (OBF), si se entiende como la maximización de las utilidades, no garantiza la permanencia y el crecimiento de la empresa.
- La maximización de las utilidades por sí sola, es un concepto cortoplacista.
- La obtención de las utilidades debe obedecer más a una estrategia a largo plazo que a la abundante oferta de oportunidades que el mercado brinda a la empresa.
- El OBF debe visualizarse desde una perspectiva de largo plazo, pues en varios casos, los sacrificios de utilidad en el corto plazo pueden contribuir a garantizar la permanencia y el crecimiento.

Con base en lo anterior puede afirmarse que el objetivo que el OBF, está relacionado con el incremento del patrimonio de los accionistas, si este produce valor para los accionistas es porque también se están logrando los objetivos de mercadeo, Producción y Gestión Humana; hay empleados satisfechos que garantizan la producción de bienes y servicios de alta calidad, lo que a su vez permite mantener clientes satisfechos y por tanto leales, que al consumir los productos o servicios garantizan el alcance del OBF.

El Flujo de Caja y la rentabilidad son los dos indicadores que permiten monitorear el alcance del OBF. El flujo de caja determina la capacidad de liquidez de una empresa, le corresponde la reposición del Capital de trabajo, de Activos fijos, Atención del servicio a la deuda, Reposición de activos fijos, Reparto de utilidades.

4.4.2 Razones financieras. El análisis de los Estados Financieros se basa en el uso de las razones o valores relativos, se refiere a relativos porque la información contenida es importante para las diversas partes interesadas. El **análisis de razones** incluye métodos de cálculo e interpretación de las razones financieras para analizar y supervisar el Rendimiento, Liquidez, Solvencia, Apalancamiento y

³⁸ GARCIA SERNA, Oscar León. Administración financiera, Fundamentos y Aplicaciones. Cuarta Edición, 2009, Medellín: Universidad EAFIT, 2009. Capítulo 1, P. 4.

uso de Activos de la empresa. Las entradas básicas para el análisis de las razones son el estado de pérdidas y ganancias y el balance general de la empresa.

El análisis de las razones de los estados financieros de una empresa es importante para los accionistas, acreedores y la propia administración de la empresa. Los accionistas actuales y potenciales se interesan en los niveles presentes y futuros del riesgo y rendimiento de la empresa, que afectan directamente el precio de las acciones. Los acreedores se interesan principalmente en la liquidez a corto plazo de la empresa, también se interesan por la rentabilidad de la empresa, asegurándose de que la empresa está sana. La administración usa las razones para supervisar el rendimiento de la empresa de un periodo a otro.

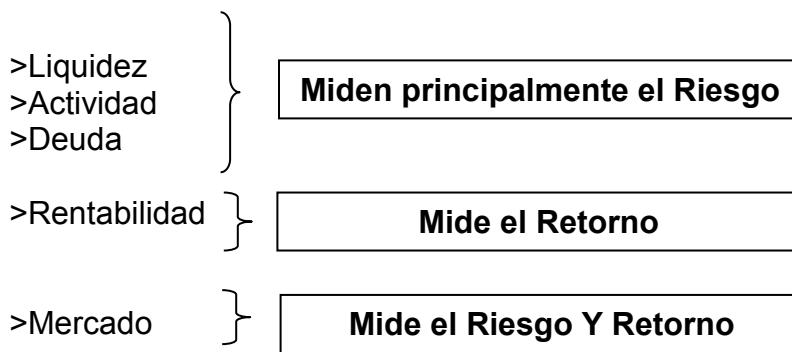
Lo más importante del análisis de razones es interpretar el valor de la razón, por tanto una *muestra representativa* implica la comparación de las razones financieras de diferentes empresas en un mismo periodo, es frecuente que muchos analistas se interesen por saber que también se ha desempeñado una empresa con relación a otras empresas de su industria. Con frecuencia una empresa compara los valores de sus razones con los de un competidor clave o grupo que desea imitar, este tipo de análisis de muestra representativa, se denomina **Benchmarking (evaluación comparativa)**.

4.4.2.1 Precauciones para el uso del análisis de razones:

- El análisis de razones dirige la atención hacia posibles áreas de interés, no proporciona una evidencia concluyente de que exista un problema.
- Por lo general una sola razón no proporciona suficiente información para evaluar el rendimiento general de la empresa.
- Las razones que se comparan deben calcularse usando estados financieros fechados en el mismo periodo del año, si no lo están los efectos de estacionalidad pueden generar conclusiones erróneas.
- Es preferible utilizar estados financieros auditados para el análisis de razones, que reflejen con seguridad la condición de la empresa.
- Los datos financieros que se comparan deben desarrollarse en la misma forma (que no tenga uso de tratamientos contables diferentes sobre todo en relación al inventario y la depreciación).
- La inflación puede distorsionar los resultados, ocasionando que los valores en libros del inventario y los activos depreciables difieran considerablemente de

sus activos verdaderos, también al comparar empresas más antiguas (activos más antiguos) con empresas más recientes (activos más recientes).

4.4.2.2 Categorías de las razones financieras. Las razones financieras se dividen por conveniencia en cinco categorías³⁹:



- **Razones de Liquidez:** Se mide según la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones de corto plazo. Las dos medidas básicas de Liquidez son la Liquidez corriente y la Razón rápida (Prueba Acida).
- **Índices de Actividad:** Miden tan rápido diversas cuentas se convierten en ventas o efectivo, es decir entradas o salidas. Existen varios índices para medir la actividad de las cuentas corrientes más importantes, entre las que se encuentra el inventario, las cuentas por cobrar y las cuentas por pagar. Por tanto se toman las siguientes medidas: Rotación de inventarios, Periodo promedio de cobro, Periodo promedio de pago, Rotación de activos totales.
- **Razones de Endeudamiento:** Indica el monto de dinero de otras personas que se usa para generar utilidades, los accionistas presentes y futuros deben prestar mucha atención a la capacidad de la empresa de saldar sus deudas; en general cuanto más deuda utiliza una empresa mayor es su apalancamiento financiero, este es el aumento de riesgo y retorno introducido a través del uso del financiamiento de costo fijo, como la deuda de acciones y preferentes. Cuanto mayor es la deuda de costo fijo mayor será su riesgo y retorno esperados. Los índices de la razón de endeudamiento son el Índice de endeudamiento, Razón de cargos de interés fijo, Índice de cobertura de pagos fijos.

³⁹ GITMAN, Lawrence J. Principios de Administración Financiera. Estados Financieros y su análisis. 11 Edición, 2007. Capítulo 2, P. 39.

- **Índices de Rentabilidad:** Estas medidas le permiten a los analistas evaluar las utilidades de la empresa con respecto a un nivel determinado de ventas, nivel de activos o la inversión de los propietarios. Tres índices de rentabilidad utilizados con frecuencia son: el Margen de Utilidad bruta, el Margen de Utilidad operativa y el Margen de Utilidad neta, Ganancias por acción (EPS), Rendimiento sobre los activos totales (ROA), Retorno sobre el patrimonio (ROE).

- **Razones de Mercado:** Estas razones dan una explicación clara sobre que también se desempeña la empresa en cuanto al riesgo, según los inversionistas del mercado, relacionando el valor de mercado de la empresa, medido por el precio de mercado de sus acciones, con ciertos valores contables. Se consideran dos razones populares de mercado, una se centra en las ganancias y otra que toma en cuenta el valor en libros: Relación Precio/Ganancias (P/E) y Razón Mercado / Libro (M/L).

5. METODOLOGIA

El desarrollo de los objetivos planteados, se realizó a través de una metodología de estudio bibliográfico, descriptivo, analítico y estadístico de la información financiera de las empresas TIC de Cali durante los años 2010, 2011 y 2012 basado en la generación de valor y las razones financieras tradicionales aplicadas a las empresas grandes, medianas y pequeñas del sector.

5.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO

Las entidades que aportaron información importante para la realización de esta investigación son: La Superintendencia de Sociedades, La Cámara de Comercio de Cali, El Ministerio de Comunicaciones TIC, La Asociación Colombiana de micro, pequeñas y medianas empresas (ACOPI), La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), La Alcaldía de Cali, entre otras.

5.2 INSTRUMENTOS

Se utilizaron diferentes instrumentos de recolección de la información para el desarrollo del proyecto, como, bases de datos de la superintendencia de sociedades, Estados financieros, bibliografías, estudios estadísticos, proyectos de investigación relacionados, proyectos de inversión de la alcaldía local y empresas municipales de servicios públicos, periódicos y revistas, aplicativo de diagnóstico financiero, entre otros.

5.3 PROCEDIMIENTOS

Al reunir la información financiera del sector TIC de la ciudad de Cali, que se tomó de la base de datos de la Superintendencia de Sociedades de los años 2010, 2011 y 2012⁴⁰, se identificaron varias empresas que no estaban correctamente clasificadas en los sectores TIC de acuerdo a su actividad, año o ciudad, por tanto, después de filtrarlas por los subsectores: Actividad de Informática, Telefonía y Redes, Radio y Televisión, se investigó cada una su actividad económica, de allí se identificaron varias empresas que no pertenecían al sector y otras que hacían falta en alguno de los años objeto de estudio que se encontraban clasificadas en

⁴⁰ Superintendencia de Sociedades, [en línea], [consultado Oct, 2013]. Disponible en internet: <http://sirem.supersociedades.gov.co/Sirem2/>

otro sector o en otra ciudad. Esto permitió consolidar la información con la seguridad que los datos son confiables.

Se clasificó la información con los siguientes parámetros: por los tres subsectores TIC, por cada año y por tamaño (Grande, Mediana, Pequeña), de allí se hizo una nueva clasificación consolidada en la que se toma el promedio simple por cada subsector, año y tamaño, luego, se practica por cada subsector el análisis financiero a través del Aplicativo Diagnostico Financiero de autoría de las docentes Margot Cajigas Romero y Elbar Ramírez. A través de esta herramienta se introdujeron los Estados financieros: Balance General, Estado de pérdidas y ganancias y Flujo de Caja, para luego obtener la información de los indicadores financieros tradicionales y los indicadores de valor, de allí surgió el análisis y conclusiones de la investigación.

6. DESCRIPCION DEL SECTOR TIC DE LA CIUDAD DE CALI DURANTE LOS AÑOS 2010 A 2012.

6.1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

El sector TIC está compuesto por tres subsectores anteriormente mencionados: Actividad de Informática, Telefonía y Redes, Radio y Televisión, de esta clasificación se realizó una revisión detallada de cada empresa para corroborar si realmente pertenece al sector y subsector relacionado, de allí, se identificaron varias que no pertenecían al sector TIC, correspondientes a otros sectores comerciales y de servicios, seguido, la dirección del proyecto aprobó se excluyeran las empresas que su actividad no corresponde al sector objeto de estudio (Ver Anexo A y B).

6.2 EXCLUSIONES EN LA BASE DE DATOS

De la información financiera suministrada por la Superintendencia de Sociedades, se excluyeron varias empresas que se identificaron como no pertenecientes al sector, las cuales se separaron 13 empresas de la base de datos objeto de análisis (Ver Anexo A).

Se excluyen las cuentas de Orden del Balance General, por motivo que estas son cuentas informativas de carácter interno, no modifican la información.

6.3 ANALISIS FINANCIERO

6.3.1 Estructura Financiera de los subsectores por tamaño de empresa. La tendencia de la deuda y el patrimonio neto de las empresas TIC por cálculo de promedio simple de los años 2010, 2011 y 2012 por tamaños grande, mediano y pequeñas, de la cual, la Actividad de Informática, la tendencia de este subsector es financiar sus activos con el 64% de sus pasivos; la actividad de Radio y Televisión, de muestra que financia sus activos con el 30% de sus pasivos y cuenta con un capital que representa el 70% de los activos y la actividad de Telefonía y Redes que presenta 68% de endeudamiento sobre los activos y el patrimonio neto que representa el 32% de los activos.

De lo anterior se analiza que la distribución de los recursos de las empresas TIC de Cali, pertenecientes a la actividad de Radio y Televisión tiene un nivel de endeudamiento bajo y un capital neto para financiamiento por encima de la media,

a diferencia de las actividades de Informática y Telefonía y redes que tiene un nivel de endeudamiento más alto reduciendo la participación de su patrimonio. (Ver Cuadro 1, Figuras 5, 6 y 7).

Cuadro 1. Estructura financiera por subsector y tamaño

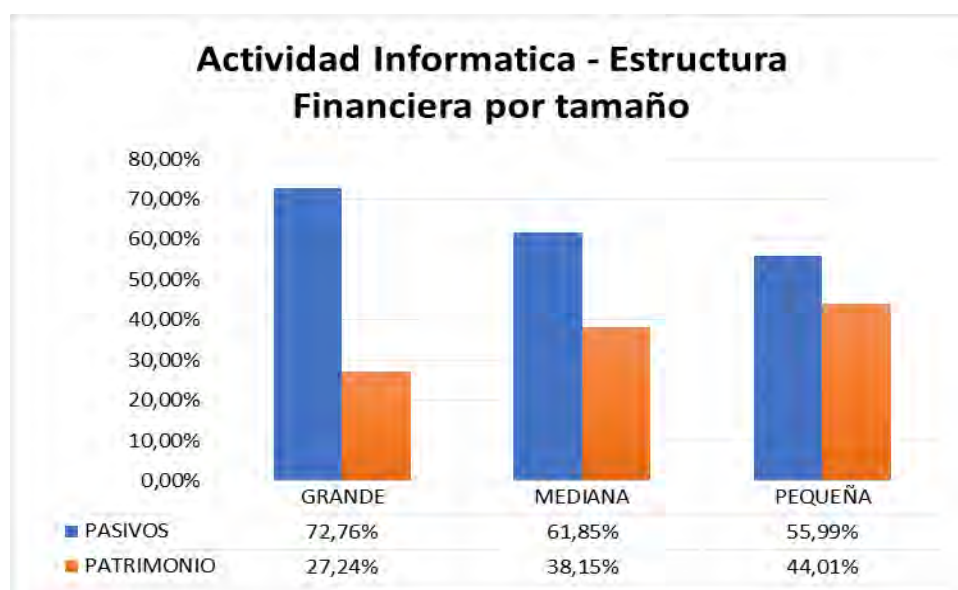
ACTIVIDAD INFORMATICA	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
PASIVOS	72,76%	61,85%	55,99%	64%
PATRIMONIO	27,24%	38,15%	44,01%	36%

RADIO Y TV	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO SIMPLE
PASIVOS	8,82%	44,97%	36,70%	30%
PATRIMONIO	91,18%	55,03%	63,30%	70%

TELEFONIA Y REDES	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO SIMPLE
PASIVOS	63,01%	67,42%	74,80%	68%
PATRIMONIO	36,99%	32,58%	25,20%	32%

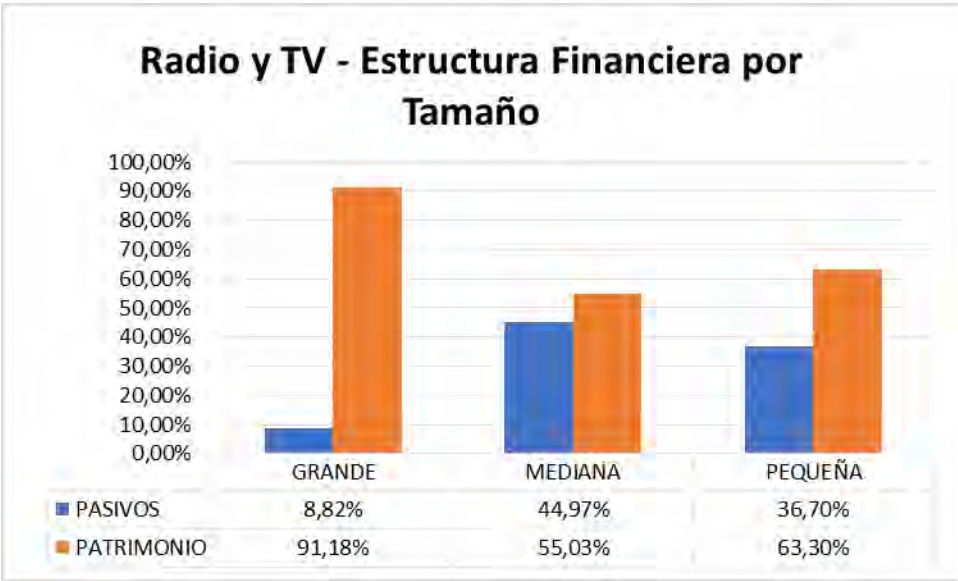
Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 5. Grafico Actividad Informática Estructura Financiera por tamaño y por promedio simple.



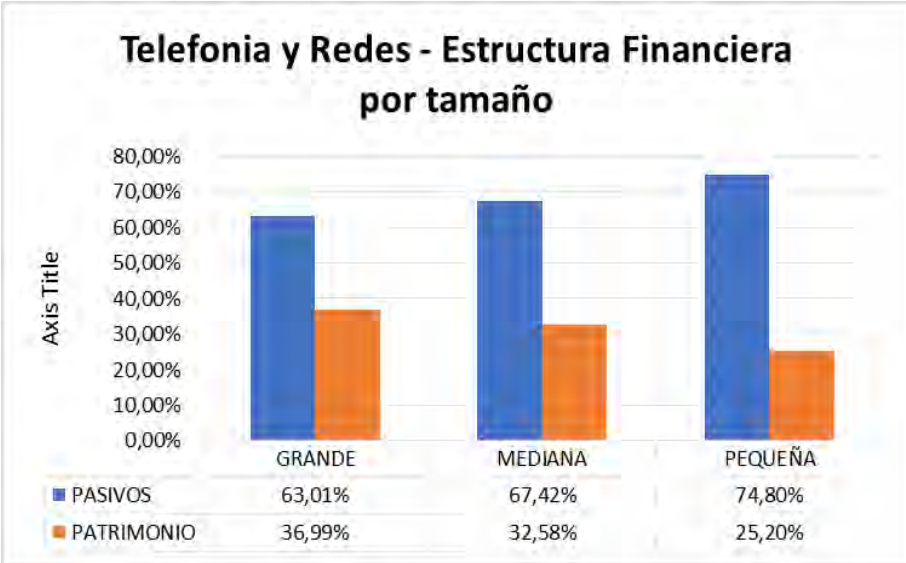
Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 6. Grafico Actividad Radio y TV. Estructura Financiera por tamaño y por promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 7. Grafico Telefonía y Redes Estructura Financiera por tamaño y por promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

6.3.2 Subsector de actividad informática. A continuación las cuentas más representativas en el análisis del Balance General por tamaño y por promedio simple en los periodos de estudio:

Activos: Los activos corrientes de este subsector en las grandes y pequeñas empresas representan el 60% del total del activo y en las medianas representan el 70,84%. Dentro del activo corriente las cuentas por cobrar a clientes representan el 38,35%, 31% y 21.68% respectivamente por tamaño, grande, mediana y pequeña, también dentro del activo fijo se encuentra la Propiedad, planta y equipo con una participación de 27%, 17.86% y 15% correspondiente al tamaño.

Pasivos: Los pasivos corrientes de este subsector representan por tamaño el 72.76%, 52% y 46.9% de participación, conformado por las cuentas por pagar más representativas como Obligaciones fiscales con 23,54%, 8.85% y 9.33; cuentas por pagar a proveedores, participan con 20%, 3% y 5%; las obligaciones financieras figuran con 10.66%, 7% y 3.97% respectivo al tamaño grande, mediana y pequeña.

Patrimonio: El patrimonio neto de este subsector, tiene una participación de 27.24%, 38% y 44% por tamaño, de allí se desprende los aportes de capital con 5.63%, 16.29% y 22.73%; seguido de la utilidad del ejercicio con 7.63%, 9.91% y 10.27% y la cuenta de utilidades retenidas que representa 11.49%, 7.77% y 3.8% respectivo a su tamaño. Se evidencia un resultado positivo en la utilidad de cada una de las empresas grandes, medianas y pequeñas del subsector de Actividad Informática.

6.3.3 Subsector Radio y Televisión:

Activo: En este subsector el activo corriente representan por tamaño el 18%, 50.87% y 59.43% respectivamente, las cuentas más representativas son cuentas por cobrar a clientes con participación de 2.17%, 22.87% y 38.25%; otras cuentas por cobrar que tiene una participación significativa en las medianas empresas de Radio y televisión con 22.45% y 7.41, 2.80 para las grandes y pequeñas. Los activos fijos tiene una participación alta en las grandes empresa y significativa en las medianas y pequeñas con 81.86%, 49.13% y 40.57%; en la cuenta de propiedad planta y equipo hay participación significativa en las pequeñas con 32.39% y en las grandes y medianas 2% y 6.94% respectivamente, también hay un rubro significativo en las valorizaciones con 77.56%, 32.93% y 7.39% de lo cual se evidencia un aumento en el valor del mercado del activo.

Pasivo: Los pasivos corrientes tienen una participación de 4.14%, 38.84% y 36.70% por tamaño, de los cuales las cuentas por pagar a corto plazo representan 0.15%, 22.62% y 14.79% lo que demuestra que las grandes empresas de este subsector se financian obteniendo más tiempo de crédito con sus acreedores; las obligaciones financieras son otro rubro significativo en las pequeñas empresas con 12.45% y 3.87%, 5.84% en las grandes y medianas empresas de este subsector.

En consecuencia el total de los pasivos representa el 8.82%, 44.97% y 36.70% por tamaño.

Patrimonio: el total del patrimonio de este subsector “Radio y TV” representa el 91.18%, 55% y 63.3%, lo cual indica que las grandes empresas tienen un capital de financiamiento alto, seguido de las pequeñas empresas y las medianas empresas con un nivel medio de capital. Los aportes de capital de las pequeñas empresas tiene una participación que sobrepasa el total de los activos con 123.29%, seguido de las medianas y grandes con 4.48% y 8.69% respectivamente, la revalorización patrimonial participa con 10.24%, 6.59% y 29.22% en el que se recupera el valor perdido por la inflación; también hay una participación significativa del superávit por valorizaciones con 30.16% y 24.56% en las grandes y pequeñas empresas, las medianas no hubo valorización.

6.3.4 Subsector Telefonía y Redes:

Activos: El total de los activos corrientes del subsector de Telefonía y Redes representa el 13.41%, 97.48% y 55.55%, de los cuales se desprenden las cuentas por cobrar a clientes con 2.96%, 7.74% y 14.11% y otras cuentas por cobrar con 9.11%, 71.98% y 26.98%, la cuenta propiedad, planta y equipo con 45.33%, 2.52% y 15% y valorizaciones con 32%, 0% y 20.58% por tamaño respectivamente.

Pasivos: Para este subsector de Telefonía y Redes los pasivos corrientes tienen una participación de 4.14%, 38.84% y 36.70% por tamaño, en la subcuenta de cuentas por pagar a corto plazo representan el 0.15%, 22.62% y 14.79%; los pasivos no corrientes representan el 4.68%, 6.13% y 0%, con su mayor participación en las obligaciones financieras a largo plazo con 3.87%, 5.84% y 12.45% por tamaño respectivamente.

Patrimonio: La participación del patrimonio neto es de 36.99%, 32.58% y 25.20%, del que se desprenden los rubros más representativos como los aportes al capital con 9.68%, 3.24% y 66.37%, se evidencia que las pequeñas empresas de este subsector Telefonía y Redes son las que mayor participación tienen en capital de trabajo, también se ve pérdida en las utilidades retenidas por concepto de pérdidas acumuladas en los tres periodos 2010, 2011 y 2012 de las grandes y pequeñas empresas de Telefonía y Redes con -22% y -76% al contrario de las medianas empresas con 19% de utilidades retenidas, en consecuencia la utilidad del ejercicio con -9.88%, 2.04% y 2.53%, evidenciando pérdida en los tres años en las grandes empresas del subsector.

6.4 MARGEN DE COSTOS Y GASTOS DEL SECTOR TIC DE CALI

Los costos y gastos de los periodos analizados por tamaño y subsectores TIC de Cali, demuestran que las empresas grandes tienen mayor consumo de costos y gastos versus las ventas en comparación con las empresas medianas y pequeñas que mantienen un margen razonable de estos rubros operativos.

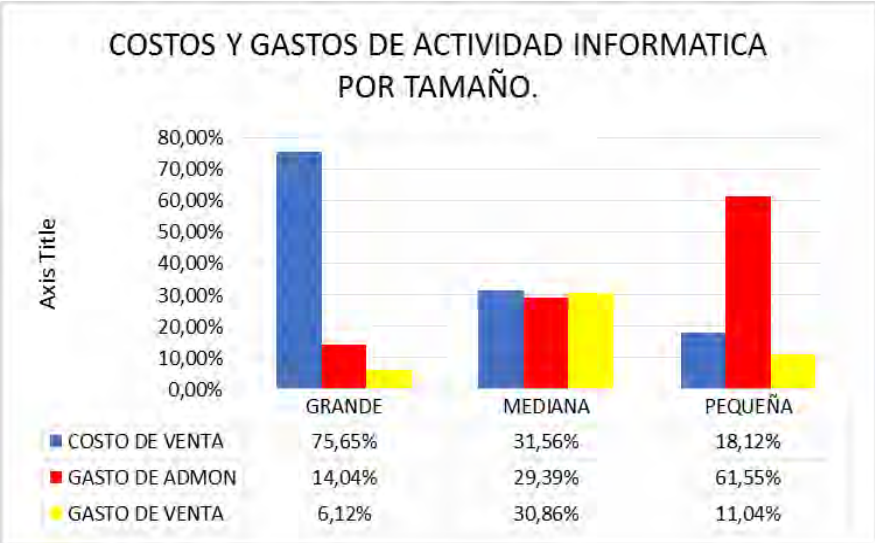
Por tanto se evidencia en el subsector de Actividad Informática que las grandes empresas tienen unos costos de 75.65% en relación a la ventas más los gastos administrativos y de ventas alcanzan el 95.81%, mostrando un alto margen de costos y gastos. Por otro lado los costos de las medianas y pequeñas empresas representan el 31.56% y 18.12% pero en los gastos administrativos y de ventas se incrementa la participación en comparación con las grandes con un índice de 60.25% y 72.59% alcanzando un total de costos y gastos que representan un margen sobre la ventas de 91.81% y 90.71%. (Ver Cuadro 2. Figuras 8, 9 y 10).

Cuadro 2. Costos y gastos de los subsectores TIC por tamaño con promedio simple.

ACTIVIDAD INFORMATICA	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
COSTO DE VENTA	75,65%	31,56%	18,12%	41,78%
GASTO DE ADMON	14,04%	29,39%	61,55%	34,99%
GASTO DE VENTA	6,12%	30,86%	11,04%	16,01%
RADIO Y TV	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
COSTO DE VENTA	269,07%	4,00%	55,08%	109,38%
GASTO DE ADMON	1064,76%	37,85%	21,95%	374,85%
GASTO DE VENTA	0,00%	54,41%	25,59%	26,67%
TELEFONIA Y REDES	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
COSTO DE VENTA	136,45%	47,83%	41,22%	75,17%
GASTO DE ADMON	134,04%	38,61%	36,71%	69,79%
GASTO DE VENTA	7,23%	0,00%	21,19%	9,47%

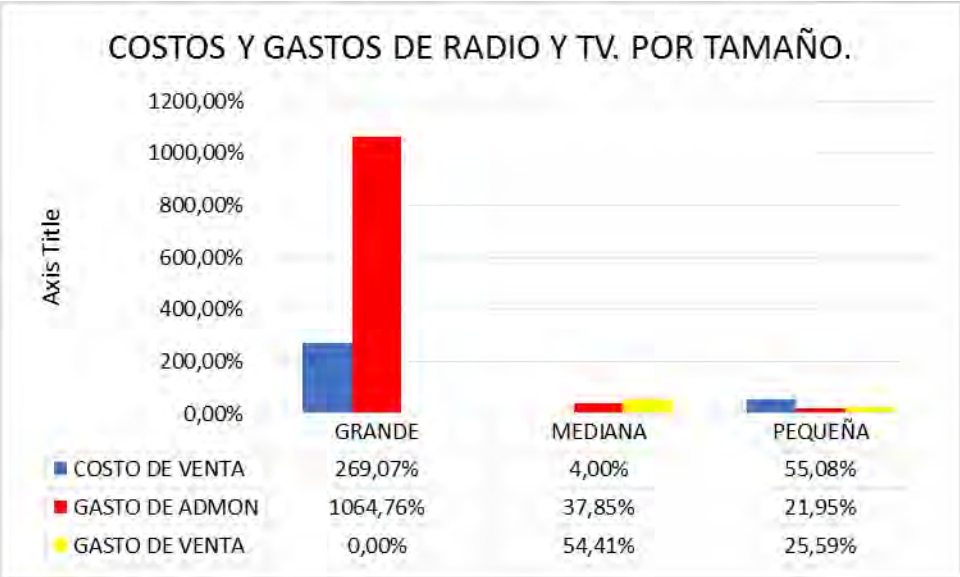
Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero

Figura 8. Grafico Costos y Gastos de la Actividad Informática por tamaño.



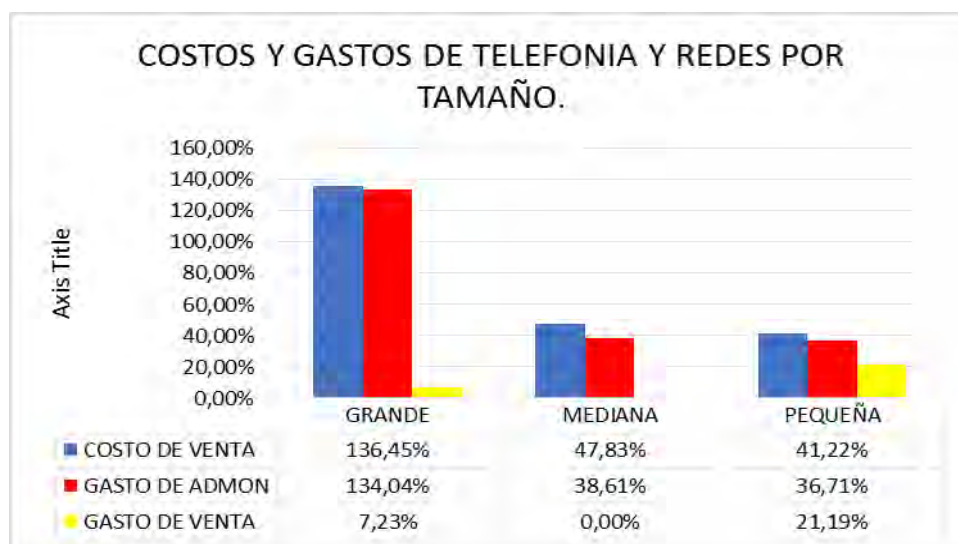
Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 9. Grafico Costos y Gastos de Radio y TV por tamaño.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 10. Grafico Costos y Gastos de Telefonía y Redes por tamaño.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

6.5 INDICE DE ENDEUDAMIENTO

El índice de endeudamiento, permite conocer la proporción de los pasivos que financia los activos totales permitiendo saber a vulnerabilidad de la empresa e implementar estrategias de financiamiento (pasivo total sobre activo total).

En cada uno de los subsectores TIC se presenta diferentes índices de endeudamiento por tamaño, las empresas de Informática presentan en general un alto índice de endeudamiento con un promedio del 64%, las empresas de Radio y TV presentan diferentes proporciones por tamaño, las grandes con 8.82% bajo endeudamiento, las medianas y pequeñas tienen un nivel similar con 44.97% y 36.70% de endeudamiento, se mantienen en un nivel moderado y las empresas de Telefonía y redes presentan un índice similar con un promedio de 68% de endeudamiento.

De lo anterior se identifica un menor índice de endeudamiento total de los pasivos a los activos en las empresas de Radio y TV, principalmente en las grandes empresas (Ver cuadro 3, Figuras 11, 12 y 13).

Cuadro 3. Endeudamiento total de los subsectores por tamaño con promedio simple.

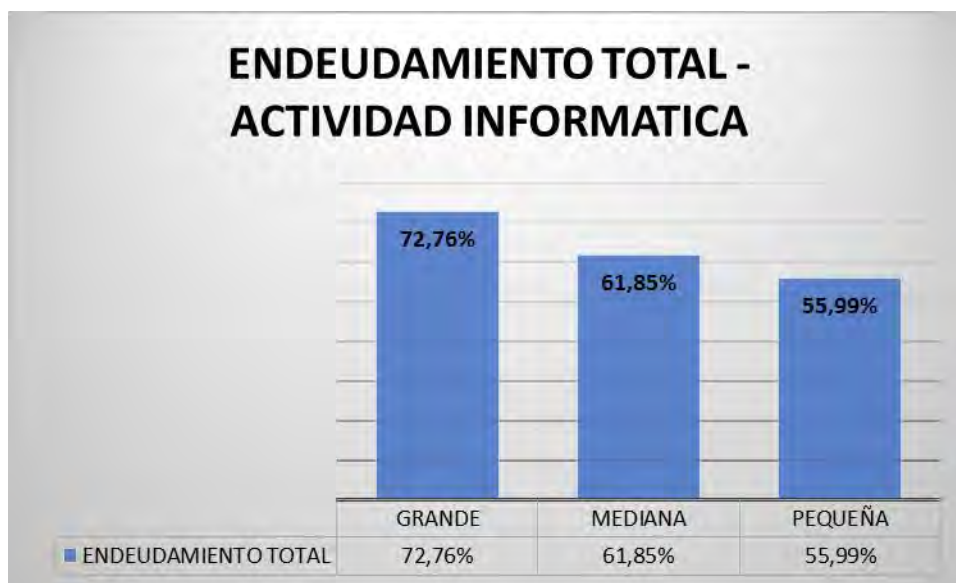
ACTIVIDAD INFORMATICA	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
ENDEUDAMIENTO TOTAL	72,76%	61,85%	55,99%	64%

RADIO Y TV	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
ENDEUDAMIENTO TOTAL	8,82%	44,97%	36,70%	30%

TELEFONIA Y REDES	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
ENDEUDAMIENTO TOTAL	63,01%	67,42%	74,80%	68%

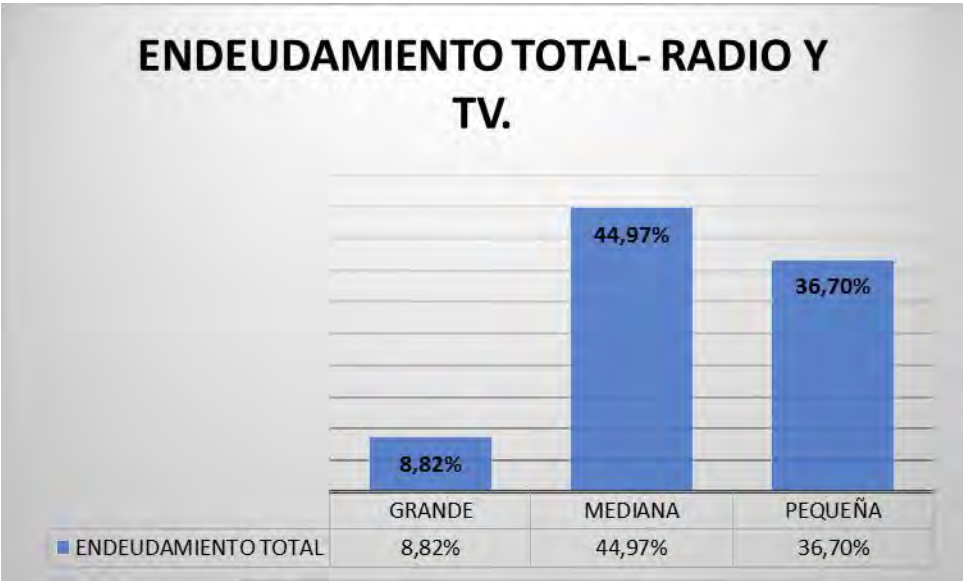
Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 11. Grafico Endeudamiento total de las empresas de Informática por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 12. Grafico Endeudamiento total de las empresas de Radio y TV. por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 13. Grafico Endeudamiento total de las empresas de Telefonía y Redes por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

6.5.1 Costo de Capital. Este indicador permite conocer el costo de los recursos financieros utilizados en la operación de la empresa y es de gran importancia en la toma de decisiones financieras ya que sirve como referencia de la rentabilidad mínima que debe obtener la empresa con sus inversiones.

La tasa mínima de interés que deben retribuir las empresas del sector TIC de Cali, por el total de dinero que financia la operación de las empresas, convergiendo en esa tasa el costo asumido por deudas a largo plazo más el costo o tasa de retorno por inversiones es la tasa del capital promedio del sector 10%. Con esa tasa se descuenta los flujos de caja libre que se proyectan para establecer el valor de una empresa. (Ver Cuadro 4. Figuras 14, 15, 16).

Cuadro 4. Costo de Capital (CK) de los subsectores TIC de Cali por tamaño con promedio simple.

ACTIVIDAD INFORMATICA	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
COSTO DE CAPITAL (CK)	10,04%	10,03%	10,03%	10%

RADIO Y TV	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
COSTO DE CAPITAL (CK)	10,00%	10,02%	10,02%	10%

TELEFONIA Y REDES	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
COSTO DE CAPITAL (CK)	10,03%	10,03%	10,04%	10%

Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 14. Grafico Costo de Capital de empresas de Informática por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 15. Grafico Costo de Capital de empresas de Radio y TV. por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 16. Grafico Costo de Capital de empresas de Telefonía y Redes por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

6.5.2 Multiplicador de capital. Este indicador expresa cuantas veces cabe el patrimonio o capital total en el activo total, es decir, dice las veces que se ha multiplicado el capital invertido en relacion a los activos disponibles para operar. El mejor indice multiplicador de capital es el de las empresas de Telefonía y Redes con un promedio de 14 veces, en este subsector las empresas medianas son las que mas veces con 30.9 han multiplicado su capital durante los años 2010 a 2012.

Luego siguen las empresas de Radio y TV con 11.54 veces, en este subsector las empresas grandes son las que mas veces 22.3 han multiplicado su capital. Por ultimo las empresas de Informatica con un promedio de 9.44 veces, representadas en su mayoria por las grandes con 17.77 veces.

En consecuencia se analiza que las TIC de cali durante los años 2010, 2011 y 2012 multiplicaron su capital invertido en los activos totales disponibles. (Ver Cuadro 5. Figuras 17, 18, y 19).

Cuadro 5. Multiplicador del capital del sector TIC de Cali por tamaño con promedio simple.

ACTIVIDAD INFORMATICA	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
MULTIPLICADOR DE CAPITAL	17,77	6,14	4,40	9,44

RADIO Y TV	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
MULTIPLICADOR DE CAPITAL	22,31	11,51	0,81	11,54

TELEFONIA Y REDES	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
MULTIPLICADOR DE CAPITAL	10,33	30,90	1,51	14,25

Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 17. Grafico Multiplicador del capital de empresas de Informática de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 18. Grafico Multiplicador del capital de empresas de Radio y TV. de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 19. Grafico Multiplicador del capital de empresas de Telefonía y Redes de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

6.6 INDICE DE LIQUIDEZ.

Este indicador mide la disponibilidad de liquidez de la empresa en ratios, que es igual a decir la capacidad de obtener efectivo para cubrir sus obligaciones a corto plazo y financiar su capital de trabajo sin incurrir en deficit monetaria.

6.6.1 Razón Circulante. Esta razon tambien conocida como prueba de liquidez mide los activos circulantes sobre los pasivos circulantes menores a un año, sin embargo puede ser un prueba engañosa al calcular la liquidez para obligaciones a largo plazo, se considera que una razon de 2:1 es lo ideal para contingencias, 1:1 solo cumple con sus compromisos proximos y menor a 1:1 generalmente equivale a inestabilidad financiera.

De acuerdo al analisis, se identifica que las empresas de Informatica, Radio y Television que hacen parte del sector TIC de Cali, presentan un liquidez para cumplir con sus obligaciones a corto plazo con una razon de 1.16 y 2.44, las que demuestran baja liquidez son las empresas de Telefonía y Redes con una razon promedio de 0.80. En General el nivel de liquidez de las empreas TIC de Cali cumplen con sus compromisos a corto plazo sin alcanzar un colchon financiero para cubrir contingencias. (Ver cuadro 6, Figuras 20, 21, y 22).

Cuadro 6. Razón Circulante del Sector TIC de Cali por tamaño con promedio simple.

ACTIVIDAD INFORMATICA	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
RAZON CIRCULANTE	0,83	1,36	1,28	1,16

RADIO Y TV	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
RAZON CIRCULANTE	4,38	1,31	1,62	2,44

TELEFONIA Y REDES	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
RAZON CIRCULANTE	0,21	1,45	0,75	0,80

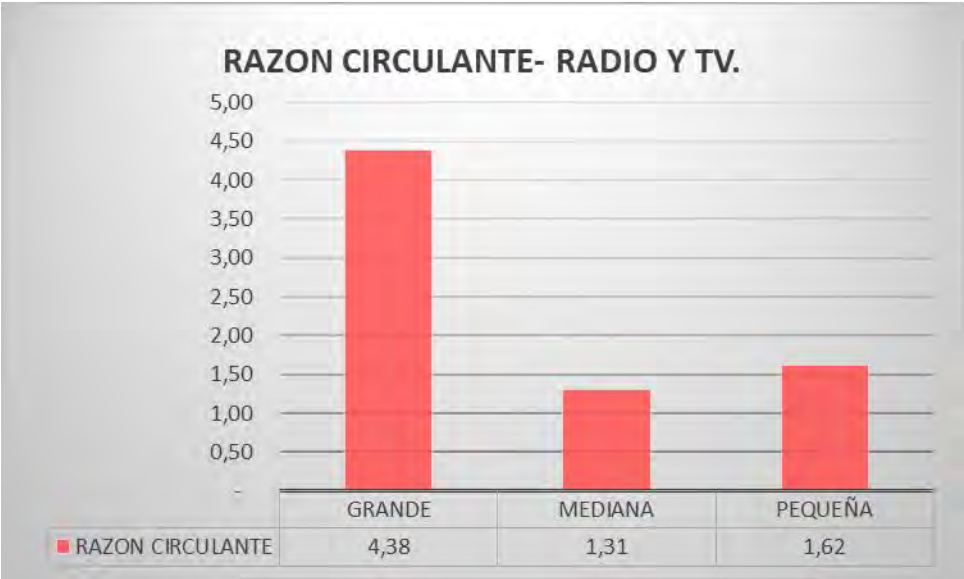
Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 20. Grafico Razón Circulante de empresas de Informática de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 21. Grafico Razon Circulante de empresas de Radio y TV de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 22. Grafico Razon Circulante de empresas de Telefonía y redes de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

6.6.2 Prueba acida. Este indicador se utiliza para medir la capacidad de pago de las empresas, a través de la disponibilidad de efectivo o bienes y derechos fácilmente convertibles en efectivo, representados por el efectivo, las inversiones a corto plazo, la cartera y el inventario, este ultimo se excluye por ser el activo corriente menos liquido.

Las empresas que hacen parte del sector TIC de Cali, presentan un indice de liquidez razonable durante el periodo 2010 a 2012 que les permitio cumplir con las obligaciones a corto plazo con las razones 1.16, 2.43 y 0.80, esta ultima perteneciente a Telefonía y redes no alcanza el indice minimo 1:1. (Ver Cuadro 7. Figuras 23, 24, y 25).

Cuadro 7. Prueba Acida del sector TIC de Cali por tamaño con promedio simple.

ACTIVIDAD INFORMATICA	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
PRUEBA ACIDA	0,83	1,36	1,28	1,16

RADIO Y TV	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
PRUEBA ACIDA	4,36	1,31	1,62	2,43

TELEFONIA Y REDES	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
PRUEBA ACIDA	0,21	1,45	0,75	0,80

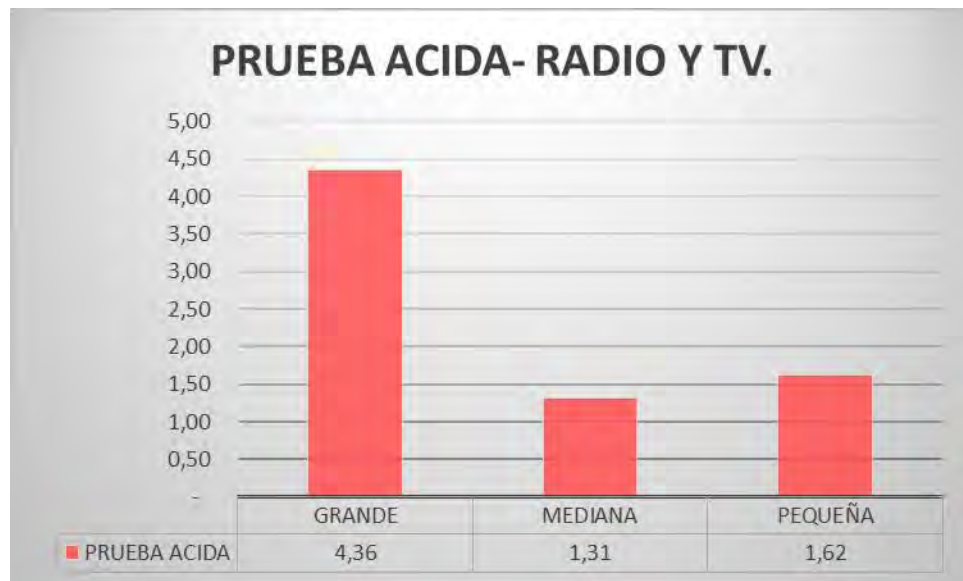
Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 23. Grafico Prueba Acida de empresas de Informatica de Cali por tamaño con promedio simple.



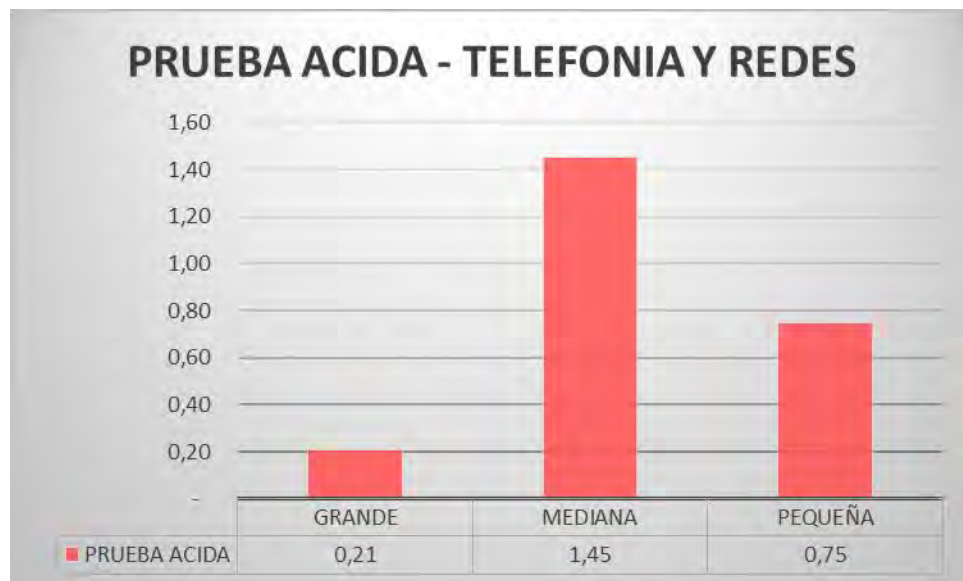
Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 24. Grafico Prueba Acida de empresas de Radio y TV de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 25. Grafico Prueba Acida de empresas de Telefonía y Redes por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

6.6.3 Capital de trabajo. Este indicador mide en unidades monetarias las disponibilidad de activos corrientes para cubrir pasivos corrientes.

De acuerdo con este índice, los Activos corrientes de las grandes empresas de Informática y Telefonía y redes son negativos, lo que significa que no cubren sus pasivos corrientes a corto plazo, esto podría significar que las grandes empresas se están financiando con créditos amplios de sus proveedores y acreedores, de igual manera las empresas pequeñas de Telefonía y Redes. Las empresas grandes, medianas y pequeñas de Radio y televisión presenta activos corrientes que pueden cubrir sus obligaciones corrientes. (Ver Cuadro 8. Figuras 26, 27 y 28)

Cuadro 8. Capital de Trabajo de las empresas TIC de Cali por tamaño con promedio simple.

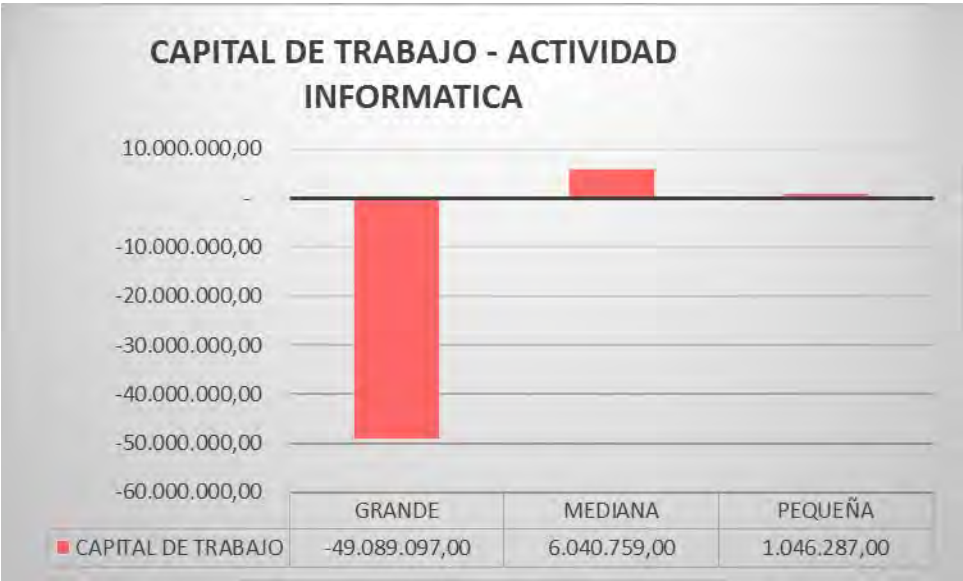
ACTIVIDAD INFORMATICA	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
CAPITAL DE TRABAJO	- 49.089.097	6.040.759	1.046.287	- 14.000.684

RADIO Y TV	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
CAPITAL DE TRABAJO	8.120.123	1.670.276	727.263	3.505.887

TELEFONIA Y REDES	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
CAPITAL DE TRABAJO	- 110.043.705	928.682	- 757.247	- 36.624.090

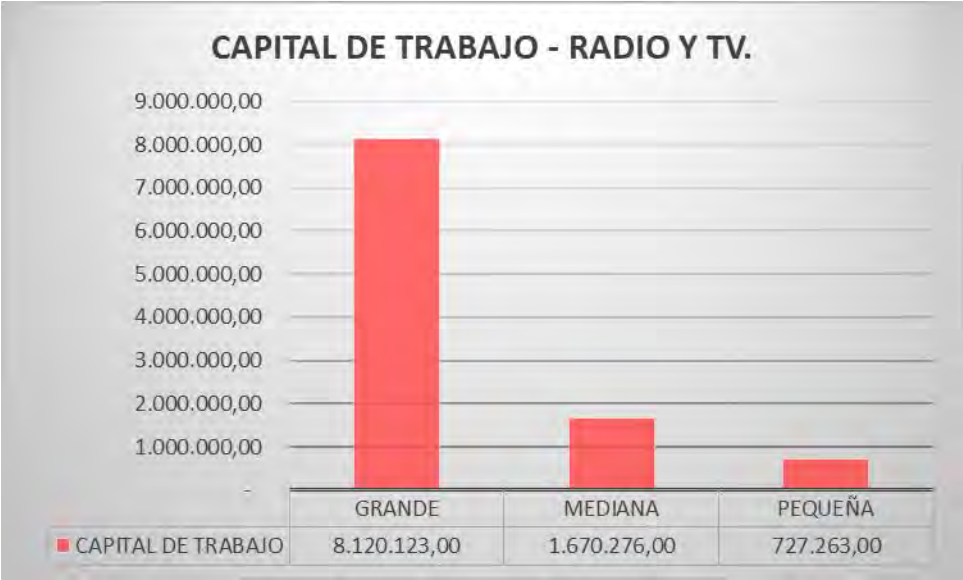
Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 26. Grafico Capital de Trabajo de empresas de Informatica de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 27. Grafico Capital de Trabajo de empresas de Radio y TV. de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 28. Grafico Capital de Trabajo de empresas de Telefonía y Redes de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

6.7 INDICES DE ROTACIÓN

Miden la eficiencia de la administración de los activos para generar ventas.

6.7.1 Rotación de Cuentas por Cobrar. Este índice mide la rapidez con que se realiza el recaudo de las ventas a crédito convirtiéndose en efectivo en el periodo de un año. Las empresas que hacen parte del sector TIC de Cali, como las empresas de Informática anualmente recaudan su cartera que se convierte en efectivo, en promedio 7 veces al año equivalente a cada 50 días, las empresas de Radio y TV, recaudan cada 3 veces al año, equivalente a 120 días y las empresas de Telefonía y Redes que recauda cada 4,5 veces al año, equivalente a cada 80 días.

En general, las empresas TIC de Cali están recaudando su cartera a crédito entre 60 y 120 días, que está dentro de la media normal del crédito en el sector económico. (Ver Cuadro 9, Figuras 29, 30 y 31).

Cuadro 9. Rotación de cuentas por cobrar del sector TIC de Cali por tamaño con promedio simple.

ACTIVIDAD INFORMATICA	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
ROTACION CXC	7,91	5,49	7,72	7,04

RADIO Y TV	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
ROTACION CXC	0,03	3,98	4,31	2,77

TELEFONIA Y REDES	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
ROTACION CXC	2,45	5,06	6,15	4,55

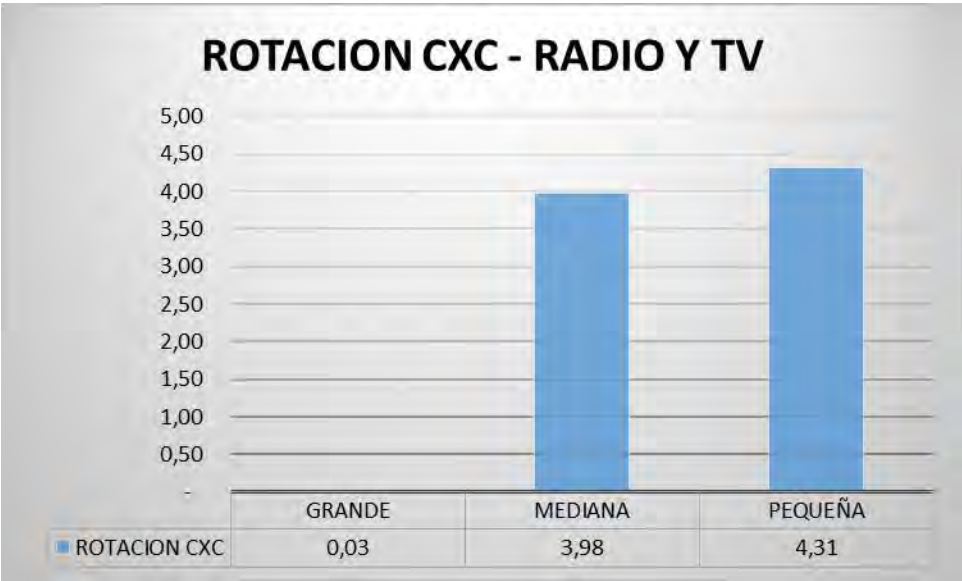
Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 29. Grafico Rotación de cuentas por cobrar empresas de Informática de Cali por tamaño con promedio simple.



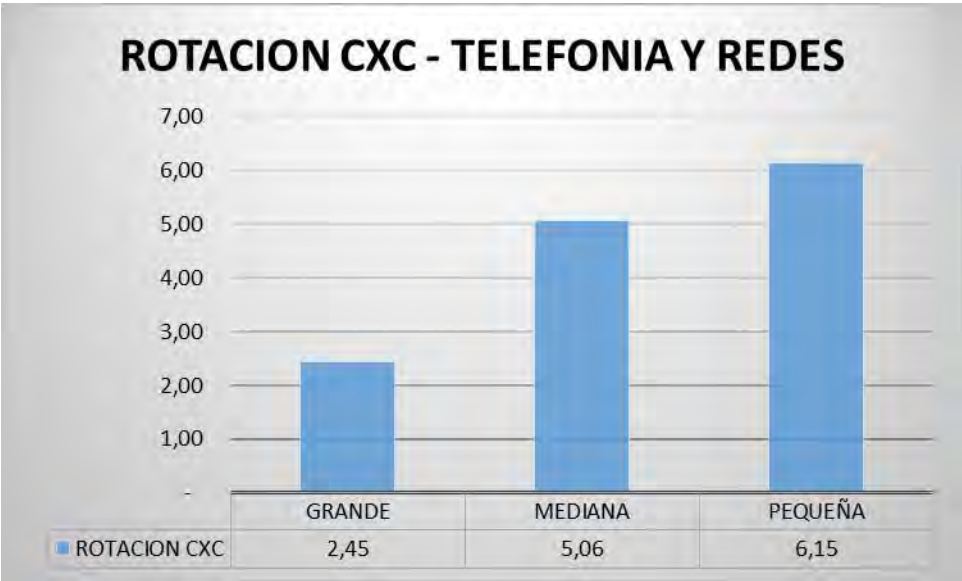
Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 30. Grafico Rotación de cuentas por cobrar empresas de Radio y TV. de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 31. Grafico Rotación de cuentas por cobrar empresas de Telefonía y Redes de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

6.8 INDICES DE RENTABILIDAD

Sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y convertir las ventas en utilidades, de esta manera analizar la manera como se produce el retorno de los valores invertidos en la empresa.

6.8.1 Margen de Utilidad Operacional. La utilidad operacional es antes de intereses e impuestos (UAI), este indicador revela la eficiencia de la gestión gerencial de la empresa, en el que se demuestra si se está logrando rendimiento en las ventas, en producción y control en los costos fijos.

Las empresas TIC de Cali de Actividad Informática presentaron un promedio de 7% de utilidad operacional, en el que las pequeñas empresas de este subsector reflejan el mayor rendimiento de la operación con 9.29%. Las empresas de Radio y TV. Presentaron pérdida operacional significativa con un promedio de -411%, esto se produce por el bajo rubro de los activos corrientes y la disminución de las ventas en el periodo en el que los costos son casi tres veces el valor de las ventas, la misma situación se presentó en las empresas de Telefonía y redes que presentaron pérdida operacional con un promedio de -54%. (Ver cuadro 10, Figuras 32, 33, y 34).

Cuadro 10. Utilidad o pérdida operacional de las empresas TIC de Cali por tamaño con promedio simple.

ACTIVIDAD INFORMATICA	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
UTILIDAD OPERACIONAL	4,20%	8,19%	9,29%	7%

RADIO Y TV	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
UTILIDAD OPERACIONAL	-1233,84%	3,74%	-2,62%	-411%

TELEFONIA Y REDES	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
UTILIDAD OPERACIONAL	-177,72%	13,56%	0,88%	-54%

Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 32. Grafico Utilidad o pérdida operacional de empresas de Informática TIC de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 33. Grafico Utilidad o pérdida operacional de empresas de Radio y TV. TIC de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 34. Grafico Utilidad o pérdida operacional de empresas de Telefonía y Redes. TIC de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

6.8.2 Margen EBITDA. También conocido como Margen de utilidad antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización. La importancia de este indicador radica en que muestra el desempeño operativo del periodo sin mirar los aspectos financieros y tributarios que se pueden analizar por separado, este indicador permite establecer la verdadera gestión gerencial en el rendimiento de las ventas, producción y costos fijos. Mientras mayor sea el EBITDA más alto es el flujo de caja.

En este índice se evidencia un rendimiento operativo en general en las empresas grandes, medianas y pequeñas de Informática en el periodo 2010 a 2012 con un promedio de crecimiento del 10%, presentando las medianas un índice de 13.52% en estos tres años, incrementando el flujo de caja.

Las empresas de Radio Y TV. Presentaron un decrecimiento significativo, específicamente las grandes con un índice negativo de -1140.33% debido a perdida de ventas, aumento del 269% de los costos y activos corrientes poco representativos. Las medianas y pequeñas empresas de Radio y TV. generaron un rendimiento de 9.85% y 0,34% en el periodo de estudio 2010 a 2012 respectivamente.

Las grandes empresas del subsector Telefonía y Redes presenta una situación similar a las de Radio y TV. ya que presenta pérdida en el periodo de estudio con índice de -81.09%, esto se ve reflejado en el mayor valor de los costos de ventas con 136% más que las ventas totales y presenta un activo corriente de 13.41%.

Para las medianas y pequeñas empresas de este sector si se generó en el periodo 2010 a 2012 un rendimiento antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización, con un índice en promedio de 14.09% 5.58%.

En general las pérdidas del margen Ebitda se reflejaron en las Grandes empresas de Radio y TV y Telefonía y Redes, se evidencia una deficiente gestión administrativa que género decrecimiento en las ventas y una falta de control en los costos a estas compañías en el periodo de estudio. En las demás empresas se evidencio un rendimiento operacional que demuestra una gestión gerencial de resultados. (Ver Cuadro 11, Figuras 35, 36 y 37).

Cuadro 11. Margen EBITDA de las empresas TIC de Cali por Tamaño con promedio simple.

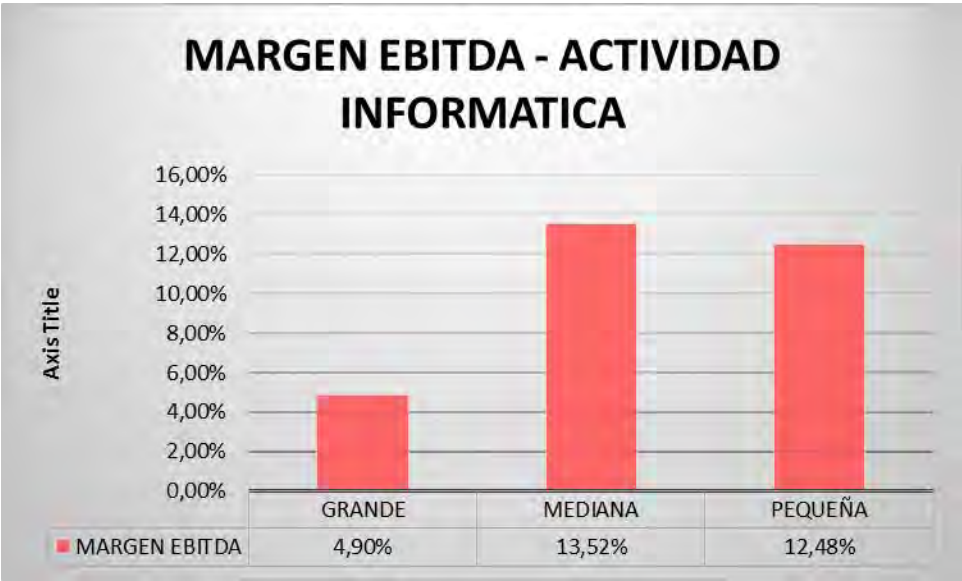
ACTIVIDAD INFORMATICA	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
MARGEN EBITDA	4,90%	13,52%	12,48%	10%

RADIO Y TV	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
MARGEN EBITDA	-1140,33%	9,85%	0,34%	-377%

TELEFONIA Y REDES	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
MARGEN EBITDA	-81,09%	14,09%	5,58%	-20%

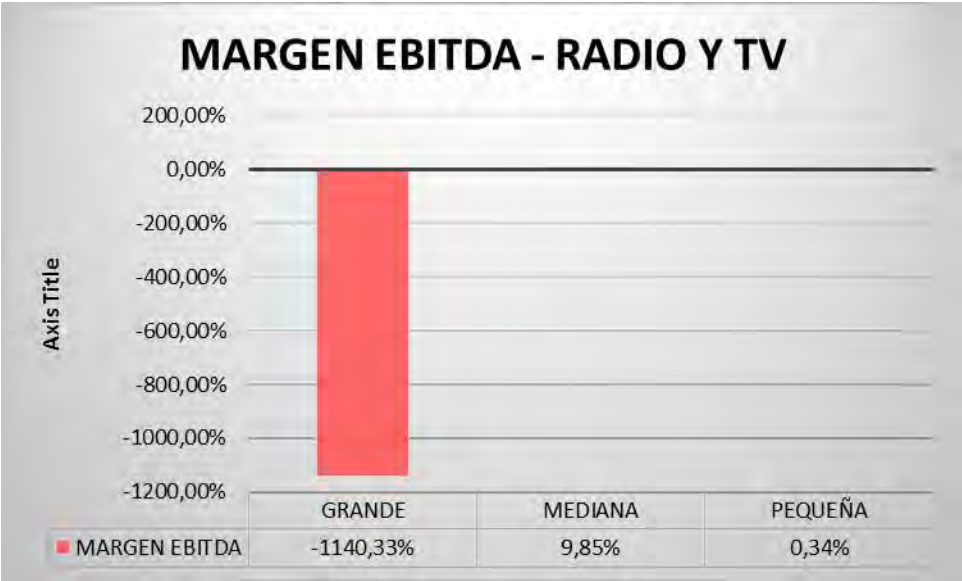
Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 35. Grafico Margen EBITDA de empresas de Informática de Cali por Tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 36. Grafico Margen EBITDA de empresas de Radio y TV de Cali por Tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 37. Grafico Margen EBITDA de empresas de Telefonía y Redes de Cali por Tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

6.8.3 Rentabilidad del Capital propio (ROE: Return on equity). Este indicador mide la rentabilidad obtenida por los accionistas en relación al capital invertido por ellos.

Para el periodo de estudio de 2010 a 2012, los inversionistas de las empresas de Informática de Cali percibieron la rentabilidad del capital invertido en 97.89% para las grandes empresas, 5.22% para las medianas y 21.65% para las pequeñas. Los inversionistas de las empresas de Radio y TV. percibieron de acuerdo al tamaño, 4.15% para grandes, 1.75 para medianas y se presentó pérdida de -6.64% en las pequeñas. Sin embargo en el margen de utilidad operacional y el margen Ebitda las grandes empresas de Radio y TV generaron pérdidas operacionales durante el periodo de estudio, esta contradicción es debido a que en el estado de resultados no se evidencio una provisión para impuestos y esto genero una utilidad proveniente de otros ingresos.

Los inversionistas de las empresas medianas de telefonía y Redes percibieron ganancias sobre la inversión por 56.73% mientras que las grandes y pequeñas generaron pérdidas por -174.41% y -2.33%. Las empresas del sector TIC de Cali generaron a sus socios el retorno de la inversión en el periodo 2010 a 2012 por subsector de Informática al contrario de los dos subsectores que no generaron utilidades a los socios (Ver Cuadro 12. Figuras 38, 39, 40).

Cuadro 12. Rentabilidad del capital propio (ROE) de empresas TIC de Cali por tamaño con promedio simple.

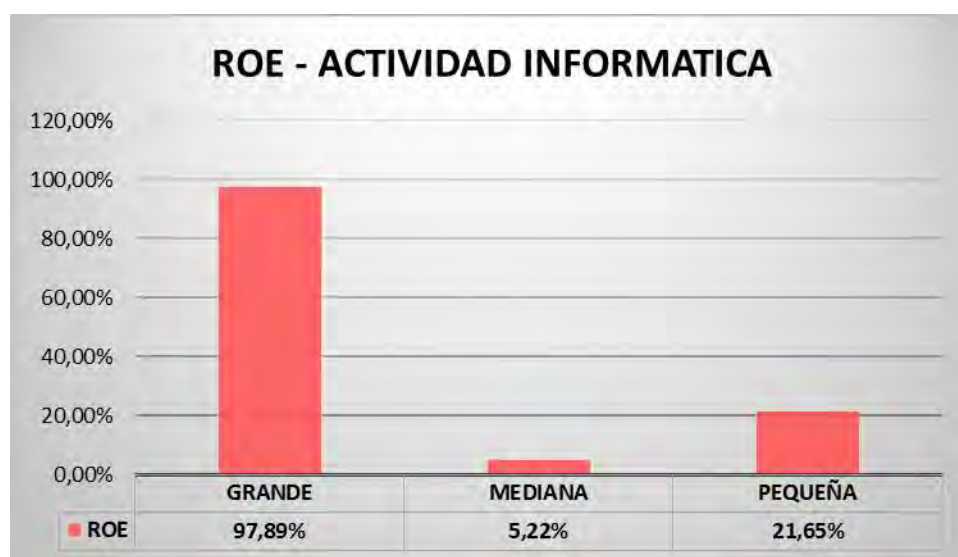
ACTIVIDAD INFORMATICA	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
ROE	97,89%	5,22%	21,65%	42%

RADIO Y TV	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
ROE	4,15%	1,75%	-6,64%	0%

TELEFONIA Y REDES	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
ROE	-174,41%	56,73%	-2,33%	-40%

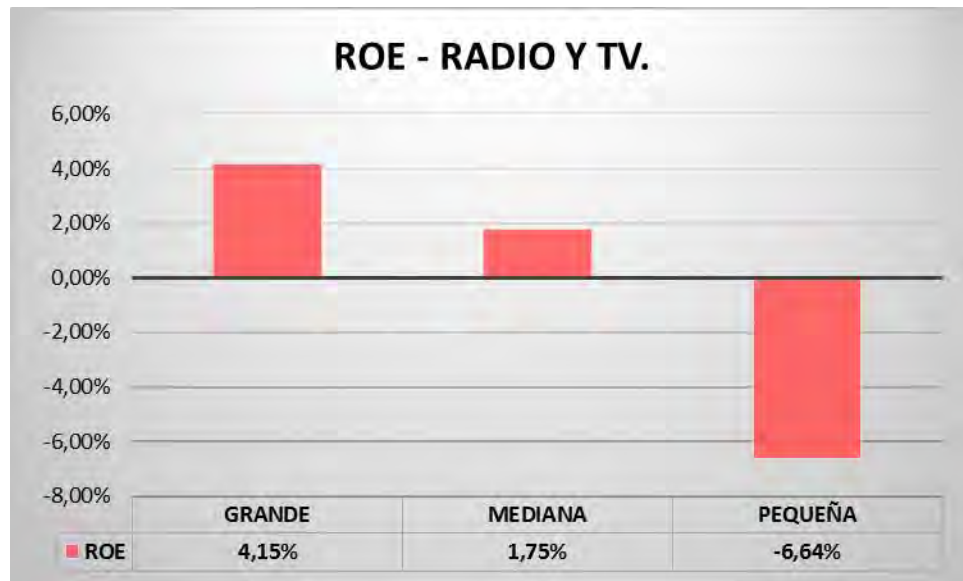
Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 38. Grafico Rentabilidad del capital propio (ROE) de empresas de Informática de Cali por tamaño con promedio simple.



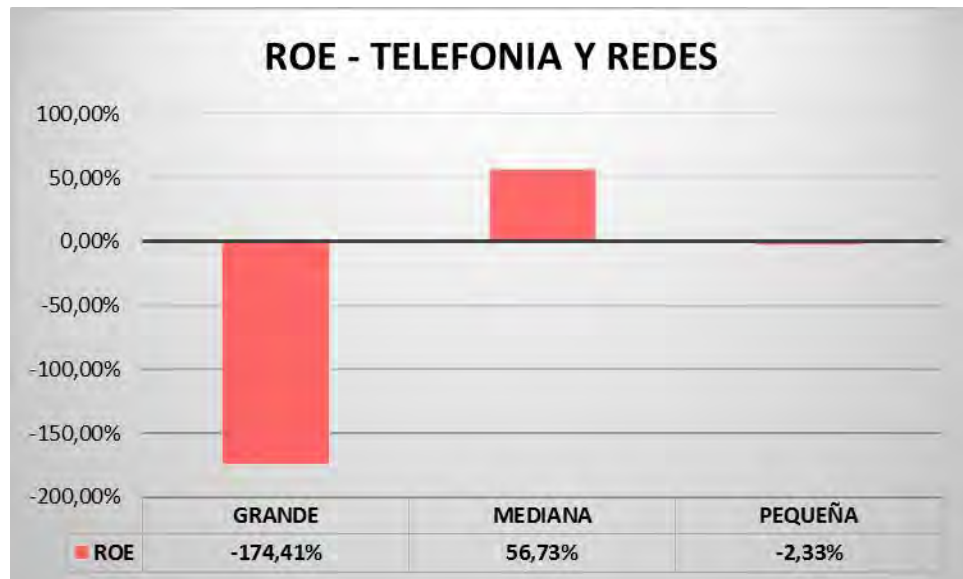
Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 39. Grafico Rentabilidad del capital propio (ROE) de empresas de Radio y TV. de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 40. Grafico Rentabilidad del capital propio (ROE) de empresas de Telefonía y Redes de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

6.8.4 Margen de Utilidad Neta. Este índice muestra el porcentaje de las ventas que se convierte en utilidades netas después de descontar los intereses financieros e impuestos generados en el periodo.

De acuerdo al análisis, las empresas del Informática generaron utilidades en un promedio del 42% durante el periodo de 2010 a 2012. Las empresas de Radio y TV generaron el 0% de utilidad neta, lo que indica una perdida al no generar rentabilidad, de la misma forma, las empresas de Telefonía y redes, con una pérdida neta del periodo 2010 a 2012 por un promedio de -40%.

Cuadro 13. Utilidad neta de las empresas TIC de Cali por tamaño con promedio simple.

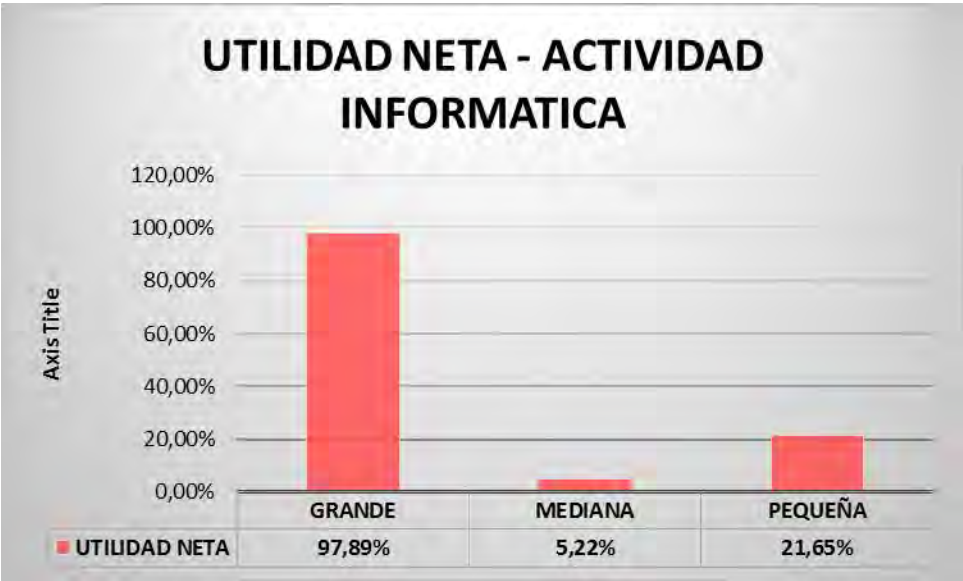
ACTIVIDAD INFORMATICA	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
UTILIDAD NETA	97,89%	5,22%	21,65%	42%

RADIO Y TV	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
UTILIDAD NETA	4,15%	1,75%	-6,64%	0%

TELEFONIA Y REDES	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
UTILIDAD NETA	-174,41%	56,73%	-2,33%	-40%

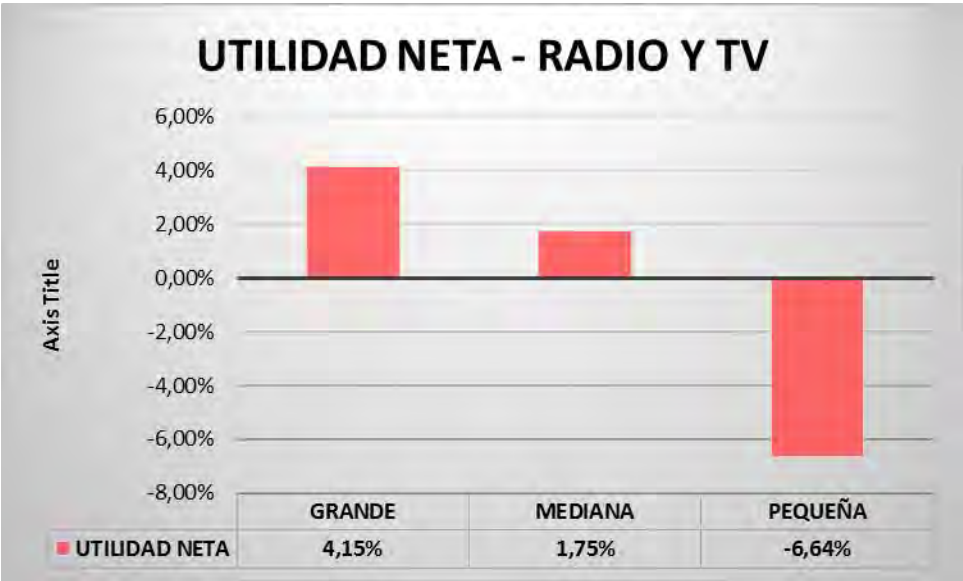
Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 41. Grafico Utilidad neta de empresas de Informática de Cali por tamaño con promedio simple.



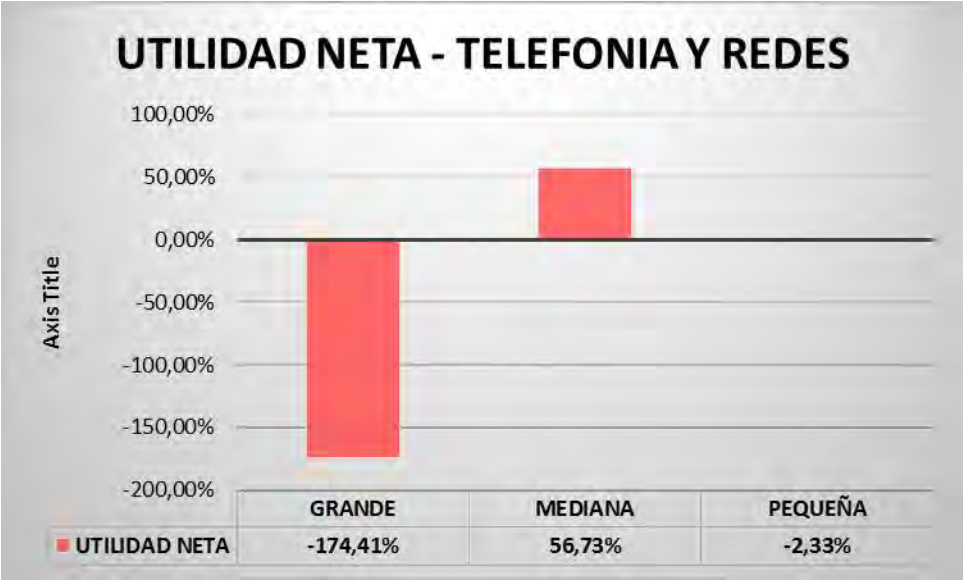
Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 42. Grafico Utilidad neta de empresas de Radio y TV de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 43. Grafico Utilidad neta de empresas de Telefonía y Redes de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

7 INDICADORES DE VALOR DE LAS EMPRESAS TIC DE LA CIUDAD DE CALI DURANTE EL PERIODO 2010 A 2012

7.1 GENERACION DE VALOR (EVA)

La empresa crea valor si el retorno sobre la inversión es mayor que el costo de capital, si por el contrario el retorno de la inversión es menor que el costo de capital, se destruye valor.

Del resultado del análisis de EVA, se evidencia como en los indicadores anteriores, que las empresas TIC de Informática, grandes, medianas y pequeñas crearon valor durante el periodo 2010 a 2012, con un promedio positivo.

Las empresas TIC de Radio y TV. y Telefonía y Redes destruyeron valor, debido a que no hay retorno de la inversión, presentando resultados negativos en grandes, medianas y pequeñas empresas durante el periodo 2010 a 2012. (Ver Cuadro 14, Figuras 44, 45, 46)

Cuadro 14. Generación de valor de las empresas TIC de Cali por subsectores y tamaños con promedio simple.

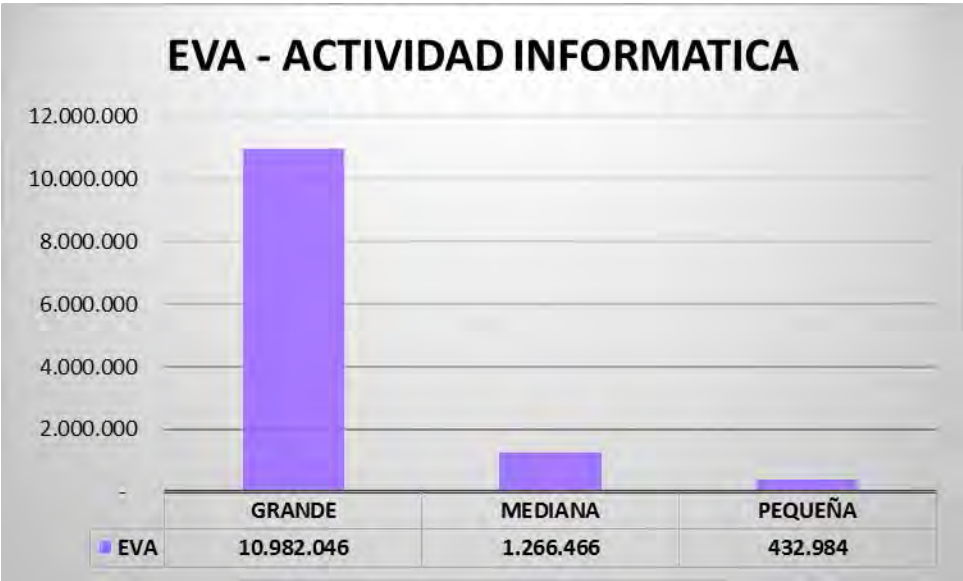
ACTIVIDAD INFORMATICA	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
EVA	10.982.046	1.266.466	432.984	4.227.165

RADIO Y TV	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
EVA	- 6.219.169	- 918.542	- 458.925	- 2.532.212

TELEFONIA Y REDES	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
EVA	- 50.973.092	- 146.087	- 372.075	- 17.163.751

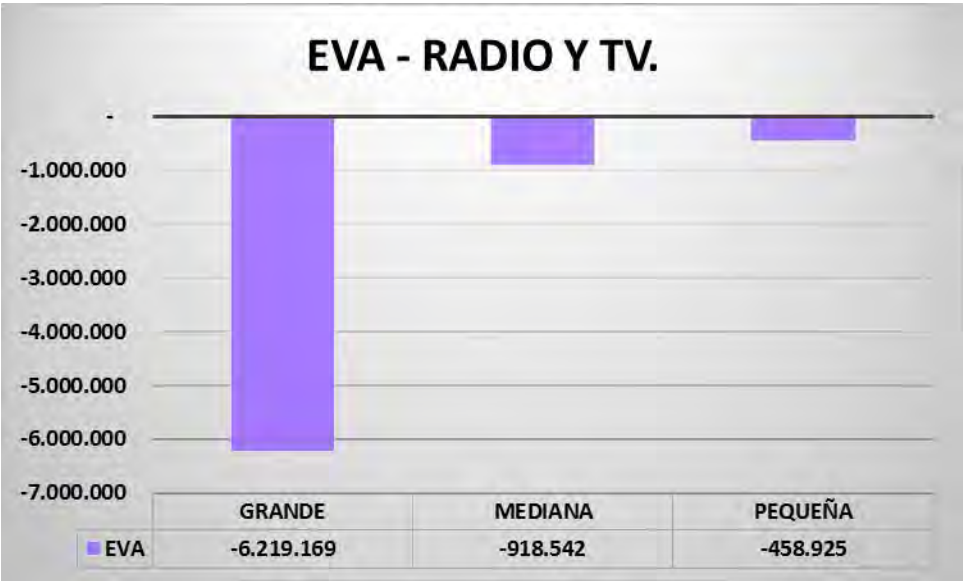
Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 44. Grafico Generación de valor de empresas de Informática de Cali por tamaños con promedio simple.



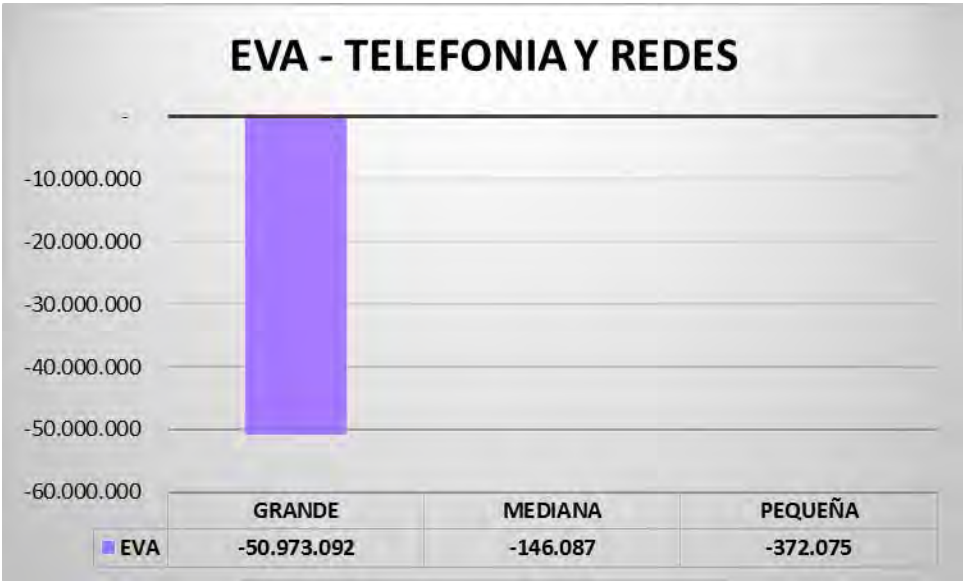
Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 45. Grafico Generación de valor de empresas de Radio y TV de Cali por tamaños con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 46. Grafico Generación de valor de empresas de Telefonía y Redes de Cali por tamaños con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

7.2 INDICADOR DE PRODUCTIVIDAD DE CAPITAL DE TRABAJO (PKT)

Este índice permite medir la eficiencia en el uso del KTNO. De acuerdo a este análisis las empresas de Informática rotaron durante el periodo de 2010 a 2012 las cuentas por cobrar y los inventarios, que permitieron alcanzar crecimiento y generar valor, las grandes empresas de Radio y TV. Muestran un manejo adecuado del PKTN con un índice alto, sin embargo, en el índice del EVA y otros anteriores este subsector destruyo valor con resultados negativos. Las empresas de telefonía y redes presentaron un resultado negativo que demuestra destrucción de valor de la empresa.

Cuadro 15. Productividad de capital de trabajo de las empresas TIC de Cali por tamaño con promedio simple.

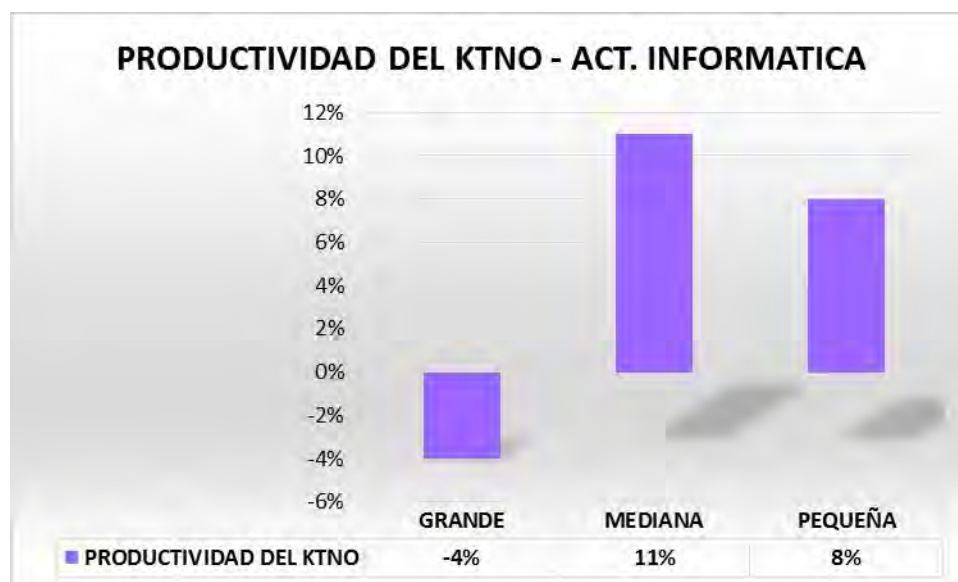
ACTIVIDAD INFORMATICA	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
PRODUCTIVIDAD DEL KTNO	-4%	11%	8%	5%

RADIO Y TV	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
PRODUCTIVIDAD DEL KTNO	24101,8%	13,2%	13,8%	8043%

TELEFONIA Y REDES	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
PRODUCTIVIDAD DEL KTNO	-682,5%	76,8%	-21,8%	-209%

Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 47. Grafico Productividad de capital de trabajo de empresas de Informática de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 48. Grafico Productividad de capital de trabajo de empresas de Radio y TV. de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Figura 49. Grafico Productividad de capital de trabajo de empresas de Telefonía y Redes de Cali por tamaño con promedio simple.



Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

7.3 RESUMEN DE INDICADORES DE RENTABILIDAD Y DE VALOR

A continuación se presenta en manera de síntesis los Indicadores de Rentabilidad e Indicadores de Valor por cada subsector TIC, por tamaño de empresa (grande, mediana y pequeña) en los años 2010, 2011 y 2012.

Cuadro 16. Indicadores de Rentabilidad y de Valor del subsector de empresas de Informática por tamaño con promedio simple.

ACTIVIDAD INFORMATICA	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
UTILIDAD OPERACIONAL	4,20%	8,19%	9,29%	7%
MARGEN EBITDA	4,90%	13,52%	12,48%	10%
ROE	97,89%	5,22%	21,65%	42%
UTILIDAD NETA	97,89%	5,22%	21,65%	42%
EVA	10.982.046	1.266.466	432.984	4.227.165
PRODUCTIVIDAD DEL KTNO	-4%	11%	8%	5%

Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Cuadro 17. Indicadores de Rentabilidad y de Valor del subsector de empresas de Radio y TV. por tamaño con promedio simple.

RADIO Y TV	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
UTILIDAD OPERACIONAL	-1233,84%	3,74%	-2,62%	-411%
MARGEN EBITDA	-1140,33%	9,85%	0,34%	-377%
ROE	4,15%	1,75%	-6,64%	0%
UTILIDAD NETA	4,15%	1,75%	-6,64%	0%
EVA	- 6.219.169	- 918.542	- 458.925	- 2.532.212
PRODUCTIVIDAD DEL KTNO	24101,8%	13,2%	13,8%	8043%

Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

Cuadro 18. Indicadores de Rentabilidad y de Valor del subsector de empresas de Telefonía y Redes por tamaño con promedio simple.

TELEFONIA Y REDES	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	PROMEDIO
UTILIDAD OPERACIONAL	-177,72%	13,56%	0,88%	-54%
MARGEN EBITDA	-81,09%	14,09%	5,58%	-20%
ROE	-174,41%	56,73%	-2,33%	-40%
UTILIDAD NETA	-174,41%	56,73%	-2,33%	-40%
EVA	- 50.973.092	- 146.087	- 372.075	- 17.163.751
PRODUCTIVIDAD DEL KTNO	-682,5%	76,8%	-21,8%	-209%

Fuente: Datos tomados del aplicativo diagnostico financiero.

8 CONCLUSIONES

- Las empresas TIC de Cali, conformadas por los subsectores de Informática, Radio y TV, Telefonía y Redes, presentaron en sus Índices de Rentabilidad, una Utilidad Operacional de 7%, -411% y -54% respectivamente; su Margen EBITDA mostro el 10%, -377% y -20% de liquidez y rendimiento operativo; el Retorno sobre la inversión de los socios presento 42%, 0% y -40% y de la misma forma resulto el Margen de utilidad neta. Demostrando que las empresas de Informática generaron Rentabilidad a sus socios, lo contrario se evidencia con las empresas de Radio y TV y Telefonía y Redes, que presentaron pérdidas para sus socios como resultado de la ineficiencia gerencial.
- Los Inductores de Valor aplicados, mostraron que las empresas TIC del subsector de Informática, presentaron Valor Agregado con un promedio de \$4.227.165 (en miles de pesos) y un promedio de 5% de productividad en Capital de trabajo neto operativo. Los subsectores de Radio y TV y Telefonía y Redes mostraron en promedio un EVA negativo de -\$2.532.212 (en miles de pesos) y -\$17.163.751 (en miles de pesos) y la productividad del Capital neto operativo en 8.043% y -209% respectivamente.
- Los dos subsectores que conforman el sector TIC de la ciudad de Cali durante los periodos 2010 a 2012, presentaron una tendencia de destrucción de Valor “Radio y TV” y “Telefonía y redes”, demostrando una deficiente gestión gerencial en costos fijos, gastos y disminución de ventas; por el contrario, el tercer subsector de Informática genero valor, obteniendo una rentabilidad mayor al costo de capital, regresando a los socios el retorno sobre la inversión. La tendencia del sector TIC de Cali, es decreciente durante el periodo 2010 a 2012, este sector debe mejorar su sistema directivo con su actividad productiva, de servicio y comercial que le permitan hacer crecer estos resultados en periodos siguientes, de esta manera ser más atractiva a las inversiones nacionales y del exterior.

BIBLIOGRAFIA

ALCALDIA DE SANTIAGO DE CALI. "El MIO, el primer sistema masivo del país con red wi-fi gratuita". 02, Julio, 2013. [En línea], [consultado Ene, 2014]. Disponible en internet: http://www.cali.gov.co/informatica/publicaciones/el_mio_el_primer_sistema_masivo_del_pas_con_red_wifi_gratuita_public

CALA HEDERICH, Álvaro. Decano. Situación y necesidades de la pequeña y mediana empresa. En Revista electrónica de difusión científica. Universidad Sergio Arboleda. Bogotá. No 4 (dic. 2005); p. 4.

EL PAIS. Cambia la vocación económica de Cali. Estadística 2005. Santiago de Cali: Censo DANE 2005. [En línea], [consultado Oct, 2013]. Disponible en internet: <http://historico.elpais.com.co/paionline/notas/Mayo162006/eco1.html>

EL TIEMPO, Redacción Tecnológica, Bogotá, 07, Octubre, 2013. [En Línea], [Consultado Nov, 2013]. Disponible en Internet: http://www.eltiempo.com/tecnologia/telecomunicaciones/colombia-puesto-77-en-indice-tic_13107498-

Enciclopedia Virtual Financiera. e-conomic [en línea] Madrid, España, 2002 – 2014 [consultado Enero, 2014]. Disponible en internet: <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/>

Enciclopedia Virtual Financiera e-conomic. Madrid, España. [En línea], [consultado Enero, 2014]. Disponible en internet:

FUNDACION GELCOM Latinoamérica. TIC e innovación son importantes para que las Pymes de Colombia aprovechen los TLC. Agosto, 2011. [En línea], [consultado Nov, 2013]. Disponible en internet: <http://www.gelcon.org.co/content/tic-e-innovaci%C3%B3n-son-importantes-para-que-las-pymes-de-colombia-aprovechen-los-tlc>
Norma Colombiana: Ley 905 de 2004

GARCIA SERNA, Oscar León. Valoración de empresas, Gerencia de valor y EVA. Copyright 2003, Medellín: Universidad EAFIT, 2003. P. 18.

GARCIA SERNA, Oscar León. Administración financiera, Fundamentos y Aplicaciones. Cuarta Edición, 2009, Medellín: Universidad EAFIT, 2009. Capítulo 1, P. 4.

GITMAN, Lawrence J. Principios de Administración Financiera. Estados Financieros y su análisis. 11 Edición, 2007. Capítulo 2, P. 39.

MOLANO VEGA, Diego. Ministro TIC. “2013 el mejor año de Colombia en cuanto a las TIC”. 07, enero, 2014. [En línea], [consultado Ene, 2014]. Disponible en Internet: <http://www.regiondigital.com/noticias/tecnologia/201924-2013-el-mejor-ano-de-colombia-en-cuanto-a-las-tic.html>

MONTOYA R. Alexandra; MONTOYA R. Iván y CASTELLANOS, Oscar. Situación de la competitividad de las Pyme en Colombia: Elementos actuales y retos. 05, Marzo, 2010. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá. [En línea], [consultado Oct, 2013]. Disponible en internet: <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/agrocol/article/view/17600/37350>

Norma Colombiana: Ley 905 de 2004

Superintendencia de Sociedades, [en línea], [consultado Oct, 2013]. Disponible en internet: <http://sirem.supersociedades.gov.co/Sirem2/>

VILLEGAS L, Dora Inés y TORO, Iván Darío. Las PYMES: Una mirada a partir de la experiencia Académica del MBA. Revista de investigación MBA EAFIT. Del grupo de investigación la gerencia en Colombia. Medellín: Universidad EAFIT, 14 de Mayo de 2010. P. 8.

Wikipedia. Versión en español [en línea], [consultado Enero, 2014]. Disponible en internet: <http://es.wikipedia.org/wiki>
<http://www.e-onomic.es/programa/glosario/definicion-pasivo>

ANEXOS

Anexo A. Empresas excluidas del informe

No	NIT	Razón Social
1	800057422	Comercial y Servicios Ayre S.A.
2	800254610	Agecoldex S.A. SIA.
3	805004835	R T S Colombia LTDA.
4	805013141	Servicio de transporte de pasajeros Freddy Delgado E.U
5	900015339	Coomeva Servicios Administrativos S.A.
6	800153961	Omnicom S.A.
7	805014398	Montajes R.V. Ingeniería LTDA.
8	800019369	Emprevi LTDA. Empresa de prevención y vigilancia LTDA. En reorganización.
9	800254476	Coral Visión LTDA. Sociedad de Intermediación Aduanera.
10	805004266	Tecnos del Sur S.A.
11	890325323	Importaciones Unidas LTDA.

Anexo B. Empresas analizadas en el informe

No	NIT	Razón Social
1	800.252.385	Adiscomputo Y Cía. S.A.
2	900.189.492	Andina de Software SAS
3	805.028.268	Bedoya Cibermatrix.Com S En Ce
4	805.009.542	Cablevision S.A.S
5	805.007.443	Calipso Comunicaciones S.A
6	805.012.299	Codesa
7	805.007.231	Digi Sat Ltda.
8	805.018.674	Ecom Ltda
9	815.000.070	Empresa De Teléfonos De Palmira Empresa De Servicios Públicos Telepalmira S.A E
10	805.024.785	Green Horizon Ltda
11	800.128.752	Infovox Ltda
12	805.006.621	Ingeniería y Servicios CSA Ltda.
13	800.158.125	Innosoft Ltda. En Acuerdo De Reestructuración
14	860.047.239	Musicar SAS
15	900.052.363	Net Group S A
16	805.014.199	Noti5 S.A.
17	900.259.506	Open Systems Sucursal Colombia
18	805.023.132	Oratech Ltda
19	900.249.318	Papacenter Ltda
20	890.311.046	Paranova Films Ltda
21	800.228.364	Procesos Y Tecnología S.A.
22	890.302.907	Rediodifusion Profesional Ltda.

23	800.002.819	Radiomensajes De Colombia Ltda En Acuerdo De Reestructuración
24	800.042.537	Servicios Especializados De Telecomunicaciones Sedetel Ltda
25	800.178.459	Servicios Y Comunicaciones Ltda
26	805.013.397	Siesa Hitech S.A
27	805.025.345	Simit Occidente S.A.
28	815.001.106	Sistema Satelital Andino Simón Bolívar S.A. E.M.A. en Liquidación.
29	890.319.193	Sistemas De Información Empresarial S.A.
30	805.009.314	Softnet S.A.
31	800.157.786	Soluciones Integrales De Oficina S.A.
32	805.017.693	Solution Systems Ltda
33	800.041.106	Think & Grow De Colombia Ltda.
34	805.000.780	Vision Satellite S.A.